الدكتورة مي العبد الله

البحث في علوم الإعلام والاِتصال

من الأطر المعرفيّة إلى الإشكاليّات البحثيّة



دار النهضة العربية

البحث في علوم الاعلام والاتصال

من الأطر المعرفيّة إلى الإشكاليّات المنهجيّة

البحث في علوم الاعلام والاتصال

من الأطر المعرفيّة إلى الإشكاليّات المنهجيّة

الدكتورة مي العبدالله

رقم الكتاب :4520
اسم الكتاب :البحث في علوم الإعلام والاتصال
المؤلف :د. مي العبد الله
الموضوع :إعلام
رقم الطبعة :الأولى
سنة الطبع :2010م.
القياس :17 × 24
عدد الصفحات :341

منشورات : دار النهضة العربية
بيروت ـ لبنان

بيروت ـ شارع الجامعة العربية ـ مقابل كلية طب الاسنان
بناية اسكندراني رقم 3 ـ الطابق الأرضي والاول

تلفون : 854161 ـ 1 ـ 961 +
فاكس : 833270 ـ 1 ـ 961 +
ص ب : 0749 ـ 11 رياض الصلح
بيروت 072060 11 ـ لبنان
بريد الكتروني: e-mail: darnahda@gmail.com

ISBN 978-614-402-362-4

الفهرست

المقدمة العامة

ليس من السهل و البديهي القيام ببحث علمي، خصوصا في مجال حديث ومتشعّب كمجال علوم الإعلام والإتصال. فإن المسائل التي يتناولها الباحثون هي في الغالب مألوفة لديهم، وهذه الإلفة هي عائق حقيقي أمامهم، لأنها تفصلهم عن الاحساس العام وتمنعهم من إحداث التغيير في النظرة، والخروج من التغرّب والأحكام المسبقة. فالباحث المبتدىء لا يستطيع أن يتحوّل ببساطة، ومن يوم لآخر الى صانع و منتج أو ناقد للمعارف التي غرق لفترة طويلة في تلقّيها و استيعابها. هنا يحصل تبدّل مفاجىء في العلاقة مع المعرفة من المستحيل أن يتم دون صعوبات.

من جهة أخرى، لا ننسى أن تمرين البحث العلمي يفترض ثقافة علمية واسعة الى أبعد الحدود، لكي يتمكن الباحث من تجاوز كل الصعوبات المنهجية، مع اكتساب التقنيات التي تمكّنه من ذلك...

كل هذا لا يعني أن نتقيّد بخطاب المنظّرين المجتهدين في المنهجيات و أنواعها وأصولها ومدارسها، الذين يطيلون الحديث حول ما يجب و ما لا يجب أن يفعله الباحث، دون أن يوضّحوا ارشاداتهم بالأمثلة الواقعية. فكل باحث يدرك أن المنهجية ليست في كل الأحوال الاّ وسيلة، وأنه لا يوجد منها ما هو مثالي ومناسب للتطبيق بالمطلق. في حين أن الخطاب حول البحث، وهو يحدّد القواعد الثابتة، ينسى أن المنهجيّة "المناسبة" تبقى دائما مرتبطة بموضوع البحث، وتعرّف بأنّها المعادلة المطلوبة ما بين التقنيات المستخدمة والهدف النهائي لمشروع بحثي.

وللخطاب الأكاديمي حول المنهجيّة البحثية في علوم الاعلام والاتصال نقاط ضعف كثيرة، منها أنه يحثّ الباحث المبتدىء على أن ينغلق في أطر و عادات روتينية

مريحة، ذات مردود علمي محدود. فالمنهجية "الصالحة" تشترط الالتزام بالقواعد، والخضوع لكل أشكال المتابعة والتجريب، واستخدام الوسائل المناسبة، لتحقيق المعرفة والنتائج المرجوة، في حين أن الأعمال المتميّزة والتي تسفر عن نتائج مثيرة أكثر من غيرها، رغم نواقصها، هي التي ترتكز على أفكار وأساليب غير تقليدية.

هل يعني هذا أن نتخلّى عن ضرورة توحيد المعرفة وأساليب تعليم أصول البحث العلمي لمرافقة الخطوات الأولى للباحثين الجدد؟ هل يعني أن نعود لترك الأمر للبحوث العشوائية والجهود الفردية المبعثرة حتىّ لا نستسلم للعادات والخطاب المعلّب حول المنهجيّة؟

هذا الكتاب حول الأطر المعرفية والطرق المنهجية للبحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، يهدف الى الاستجابة لتوقّعات وحاجات وتساؤلات الطلاّب الذين يواجهون صعوبات تمارينهم الأولى في تعلّم البحث العلمي. حاولنا أن نقدّم فيه خطابا جديدا يكون في مستوى التحدّيات، يتعدّى الخطاب المطمئن والواهم حول المنهجيّة الصارمة الثابتة، ويظهر تعدّديّة التقنيات المنهجيّة التي يمكن إستخدامها، ويركّز على أهميّة الفكر النقدي في إستخدام هذه التقنيات وتطبيقها.

ولا يكتفي هذا الكتاب بخطاب أكاديمي حول المنهجية يكرّر الأبحاث التقليديّة ويسرد في نهايته لائحة طويلة من القواعد والإرشادات، كما لا يكتفي بعرض المناهج ونماذج التطبيق، بل هو يقدّم خلاصة تحجربة أكثر من ثلاثين سنة في التعلّم والتعليم والبحث في مجالات علوم الاعلام و الاتصال، ويبني خطابه على قراءة وتحليل هذه التجربة.

نحاول فيه الجمع ما بين المنهجية و الإبستملوجيا، للتحكّم بمشكلتين: من جهة تحجّر المنهجية التي تنغلق على قواعد صارمة بغياب التفكير النقدي حول إمكانية المعرفة نفسها، ومن جهة أخرى محدودية الفكر المنقطع عن الواقع العملي للبحث.

ونحن ندعو منه الباحثين الى التفكير في شروط وإمكانات و آليّات انتاج المعرفة.

والأمر لا يتعلّق فقط بالتساؤل حول ماهية المعرفة و إنتاجها، وإنما يهمّنا التركيز على نقطتين: أهميّة الجدّيّة في الأبحاث للوصول الى نتائج ذات مصداقيّة وقيمة علميّة، وضرورة إيجاد طروحات جديدة لمقاربة المواضيع ومعالجة الإشكاليّات.

بالتالي ينقسم الكتاب الى سبعة فصول تتكامل لتحقيق أهداف البحث السابقة:

الفصل الأوّل يرسم الإطار النظري ويشرح أهم المفاهيم: العلم والمعرفة والعلاقة بينهما، النظرية العلمية وأوجه تطبيقها، البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال، ويتناول بالتفصيل مفهوم علوم الاعلام والاتصال.

الفصول: الثاني والثالث والرابع تحيط بالأطر المعرفية والمسائل الفكرية والنظريات التي واكبت استخدامات التقنيات في علوم الإعلام والإتصال و في العلوم الإنسانية والإجتماعية عامّة. وهي تهدف الى توضيح المظاهر المتّصلة بالإعلام و الإتصال، وتأكيد أهمّيّة النظرة النقدية والحقائق المعرفيّة والخطابات الفلسفية التي تحددها ماهية العلم والمعرفة...

الفصلان الخامس والسادس يقدّمان للباحثين الأدوات المنهجية والأساليب البحثية العديدة التي لا تنتمي الى إختصاص واحد، بناء على تجربتنا الخاصّة في التعليم و البحث في علوم الاعلام والاتصال، ويركّزان على المناهج الحديثة المستخدمة في أبحاث الإعلام والإتصال.

الفصل السابع يتناول المعوقات التطبيقية للبحوث في علوم الإعلام والإتصال، منها اشكاليّة هامّة جدا تتأتى من ضبابيّة المصطلحات المستخدمة في هذا المجال، وصولا الى توضيح الرهانات القائمة، واقتراح تعريفات لبعض المفاهيم والمصطلحات الجدليّة، الى خاتمة تطرح التحديات المستقبلية لعلم جديد يتطوّر بسرعة هائلة، متفاعلا مع العلوم الأخرى، ومحدثا تحوّلات وإنقلابات في كل المجالات العلمية والبحثية.

خطابنا مبني في هذا الكتاب على فرضيّة أن أية دراسة في الإعلام و الإتصال تمرّ

بالضرورة بمرحلتين مترابطتين: الأولى هي مرحلة تعلّم وإكتساب التقنيات الإتصالية والبحثية، والثانية هي مرحلة تعميق التفكيرفي الظاهرة الإعلامية والاتصالية.

ويرتكز الكتاب على فكرة أن لعلوم الإعلام والاتصال الحديثة خصوصيّتها، ما يمنح خصوصيّة للبحث العلمي في هذا المجال المتشعّب.

و يمكن اعتباره دليلا إرشاديا لكل باحث مبتدىء في مجال علوم الإعلام والإتصال.

وتبقى أسئلة عديدة تحيّرنا كباحثين وأساتذة ومدرّبين للباحثين الجدد: بماذا ننصح الباحث المبتدىء لتحقيق أولى أعماله في مجال علوم الاعلام والاتصال؟ كيف نساعده في بناء إشكالية بحثية حول الإعلام والإتصال من دون أن نعيقه ونشلّ تفكيره؟ كيف نقدّم له التقنيّات والأساليب البحثيّة من دون أن نحوّلها الى نماذج ثابتة وجامدة وغير قابلة للاجتهاد والتغيير؟ كيف نلقّنه القواعد والمبادىء المنهجيّة من دون أن نفرض قوالب فكريّة لا فائدة منها في هذا المجال المتحرّك؟ باختصار ، كيف نوجّه الباحث الجديد من دون أن نقيّده، وكيف نحفّزه من دون أن نعيق تفكيره؟

كلّها رهانات يتصدّى لها هذا الكتاب الذي يحاول الإحاطة بالأطر الفكرية والإشكاليّات المنهجية للبحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ويحاول السيطرة على شرود الرؤية وتشتت المعرفة العلمية في مجال علوم الإعلام والإتصال. ففي الوقت الذي بدأ فيه المهتمون بمناهج البحوث الإعلامية في الغرب بتطويرها، بما يضمن لها تميزها الذي يخدم أهدافها على الوجه المطلوب، ظلت المكتبة العربية بحاجة ماسة الى مراجع إعلامية تعتمد على دراسات في الاعلام و الاتصال بصورة رئيسة، وتبرز فيها هوية التخصص المرجوة لخدمة البحوث الاتصاليّة بالدرجة الأولى.

أ.د.مي العبدالله

بيروت1 ك1 2010

الفصل الأول: في تطوّر المفاهيم الأساسية

تمهيد

I- المعرفة و العلم

II- النظرية العلمية والإطار المعرفي

III- المفهوم الجدلي لعلوم الاعلام والاتصال

IV- خصوصيّة البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال

تمهيد:

هناك ضرورة للتمييز بين العلم والمعرفة من جهة وبين المعرفة العلمية والمعرفة التقنية أي أدوات العلم ومبتكراته المادية، من جهة أخرى. وإذا كان من الممكن الحديث عن "عالمية العلوم" فإن للتقنية خصوصياتها المشتقة من الظروف التي تراكمت وتكونت في كنفها. وإذا كانت منجزات العلم متاحة، فإن الوسائل التقنية تجيب عــن الـحـاجــات الـتــي تــظهر فــي بيئتها.

المقصود من المعرفة هو العلم بآفاقه الرحبة، والوعي للكون والحياة والأفراد، والنظرة المدركة لأهميّة العناية بالعلم بحثا واستقصاء وتخصصا. فالمعرفة بمعناها الشامل تعني بالدرجة الأولى نشر العلم وإدخال مفاهيمه ومناهجه ومعلوماته إلى حياة الأفراد.

يرتكز هذا الكتاب على فكرة ضرورة إرساء التوازن ما بين العلم والعمل، وعلى أن إستيراد العلم لن يحقق المعرفة التي نرجوها ما لم نتعلم لغة الحضارة الجديدة والقوانين التي تحكم حريتها. أي ما لم تنبع المعرفة من داخلنا وتصبح جزء" من كياننا الفكري، وهذا يعتمد أولا" على المشاركة الواسعة من مختلف القوى العلمية، وعلى الإيمان بان حقائق العلم ليست أبدية وثابتة وبالإمكان على الدوام مناقشتها والإتيان بالجديد فيها، وبأنّ المعرفة تعتمد في كل العلوم، على رفض النظرة الغيبية، والتعامل مع الطبيعة والحياة من موقف النقد المباشر والعقلية المنهجية. ويبقى السؤال الاشكاليّ الأساسي: هل يمكن الحديث عن إطار معرفي

وعن "علم" لمجال الاعلام والاتصال الواسع؟ ولمحاولة الاجابة عليه، لا بد لنا في مطلع هذا الكتاب من وقفة تعريفيّة لمفاهيم المعرفة و العلم و تتطورها، ومفاهيم النظرية العلمية والإطار المعرفي، وعلوم الاعلام والاتصال، والبحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، تمهيدا لطريق التعمّق في الحديث عن خصوصيّة هذا العلم و منهجيّاته وأشكاله وطرقه البحثيّة.

I -المعرفة و العلم

يعرف البعض "المعرفة" على أنها مصطلح يستخدم لوصف فهم أي منا للحقيقة[1]. ويمكن للمعرفة أن تسجّل في أدمغة الأفراد أو أن يتم خزنها في وثائق المجتمع ومنتجاته وممتلكاته و نظمه، وأن تحدث سلوكا" فعالا" نحو تحقيق أهداف معيّنة.

ولا بد من التمييز بين "المعرفة" و"المعلومات". فعلى الرغم من عدم وضوح الحدود الفاصلة بين المصطلحين، إلا أنهما ليسا وجهين لعملة واحدة. فالمعلومات هي ما ينتج من معالجة ِالبيانات التي تتوالد في البيئة وهي تزيد مستوى المعرفة لمن يحصل عليها. وهذا يعني أن المعرفة هي أعلى شأناً من المعلومات، فنحن نسعى للحصول على المعلومات لكي نعرف، أو نزيد معارفنا.

وتعرّف المعرفة على أنها الإيمان المحقق الذي يزيد من قدرة الوحدة أو الكيان على العمل الفعّال[2]. وبهذا التعريف يكون التركيز على العمل أو الأداء الفعال وليس على إكتشاف الحقيقة. وهذا ما يحصل في الواقع في الغالب، حيث إننا نهتم بماذا يمكن أن تعمله المعرفة وليس بتعريف المعرفة ذاتها. فنحن نستخدم كلمة المعرفة لتعني بأننا نمتلك بعض المعلومات وبذلك نكون قادرين على التعبير عنها. ومع ذلك فهنالك حالات نمتلك فيها المعلومات ولكن لا نعبر عنها.

---

1 - راجع: مي العبدالله، علوم الاعلام و الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت 2009.

2 - إحسان محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة للطبع والنشر، بيروت 1982، ص10.

1 - المعرفة الحسّية:

يطلق على هذا النوع من المعرفة أيضا تسمية "المعرفة العامية"، لأنها متوفرة حتى عند العامة، والبعض الآخر يسميها المعرفة "التجريبية"، باعتبارها تتراكم بفضل تجارب وخبرات الإنسان في الحياة. وهي بشكل عام، معرفة لا تحتاج إلى إِعمال العقل والبرهنة المعقدة للحصول عليها، بل هي متاحة للناس للتواصل ومعرفة ما يلزمهم من أمور حياتهم المادية والأدبية.

وحسب ليفي برويل Lévy Bruhl، يطلق هذا الاسم على "المعرفة التي تقتصر على مجرد ملاحظة الظواهر ملاحظة بسيطة تقف عند مستوى الإدراك الحسي العادي، دون أن تتجه إلى إيجاد الصلات أو تسعى إلى إدراك العلاقات القائمة بين الظواهر" [1]. ويطلق على هذا الادراك الذي يتشارك فيه الناس، تسمية "الحس المشترك"Commun Sens أو Sens commun. [2]

وهذا التعبير، إستخدمه أرسطو، إشارة إلى الحواس والإدراك، ويشير اليوم إلى الرأي المشترك وليس الحس المشترك. ويفضل البعض عبارة "الرأي البديهي المشترك"، فهو بديهي لأنه لا يحتاج إلى أداة من علم أو منطق، وهو مشترك بين جمهور الناس، ومن خلاله يحكمون على الأشياء[3]. ونظرا لأهمية الآراء المشتركة والعامة والسائدة بين الناس، توجد مراكز عديدة تهتم بدراستها وسبرها.

ويعتبر هذا النوع من المعرفة أول نوع ظهر مع الإنسان، وبفضله يتعرف الإنسان

---

1 - راجع:

Pertierra, Lévy-Bruhl and modes of thought a re- Raul appraisal. working paper, no. 42, University of Amsterdam, Amsterdam 1984 .

2 - نفسه

3 - محمد عبد الله دراز، الدين: بحوث ممهدة لدراسة تاريخ الأديان، دار القلم، الكويت 1982، ص59 - 60.

منذ تبلور الإدراك لديه، أثناء نموه، على محيطه ويكتسب الخبرات المختلفة.

وبفضل حواسه المباشرة (النظر والسمع واللمس) يدرك خواص الأشياء واستعمالاتها المختلفة، وكيف يستعين بها في جلب المصالح ودفع الأضرار التي تحيق به.

غير أن هذه المعرفة لم تسعف الإنسان " الأولي" Primaire لإدراك الكثير من الظواهر الطبيعية التي تحيط به، ولذلك نسبت بعض القبائل "الوثنية"، أو "الساذجة" بعض هذه الظواهر إلى قوى خارقة.

وفسّر الإنسان البسيط الأحداث إنطلاقا من هواجسه ومخاوفه ومعتقداته الضالة، ولذلك إختلط هذا النوع من المعرفة مع المعتقدات والطقوس التي إبتكرها، فصار هذا النوع من التفكير لا يختلف عن المعرفة الدينية "الساذجة".[1]

ويشبّه البعض المعرفة الأولى للظواهر الطبيعية لبعض المجتمعات بمعرفة الأطفال: "فالإنسان "البدائي" يفسر الطبيعة بإسقاط عواطفه عليها، مثله كمثل الطفل حين يخلع على الظواهر الصفات البشرية، متأثرا في ذلك بالنزعة التشبيهية السائدة لديه، فهو يقول أن إله الريح يغضب كما يغضب بنو البشر، وهو يفرح ويتألم كما يفرح الناس ويتألمون". [2]

وتجدر الإشارة إلى أن المعرفة الحسّية التي تنتقل بين النّاس بالتعليم والمحاكاة والتفاعلات المختلفة تتسم بعدم الثّبات، خاصة ما تعلّق منها بالآراء حول بعض القضايا، فالرأي يتغيّر بتغيّر المكان والزمان، إن لم ينقلب بعد حين على عقبيه إلى

1 - Max Weber, Le savant et le Politique, Editions Enag, Alger 1991, p.5.

2 - السيد أبي الحسن علي الحسيني النّدْوي، السيـرة النبوية، ، المكتبة العصرية، لبنان 1981، ص35.

النقيض تماما بعد ظهور تغيّرات أو حقائق جديدة.

ولذلك، رغم أهميّتها بالّنسبة للإنسان، ورغم دورها في تطوّر الحياة الإنسانية، وإضفاء الطابع الاجتماعي على الإنسان، وتيسير سبل المعاش، كانت هذه المعرفة المشتركة قاصرة على تحقيق الضروريات والأمور البسيطة، و ذلك لعجزها عن تفسير الكثير من الظواهر أو الوقوف على أسبابها الأساسية وحقيقتها الموضوعية.

2 - المعرفة الفلسفية:

من هنا ظهرت المعرفة الفلسفية Connaissance philosophique ، و هي تعتبر"معرفة تأمّلية عقلية، تحتاج إلى مستوى ذهني أعلى مما تتطلبه الحياة اليومية والمعرفة الحسّية والتجارب الاجتماعية التي تشكّل المكوّنات الأساسيّة للمعرفة التجريبيّة ".[1]

وتجدر الإشارة إلى أن المعرفة الفلسفيّة هي المرجع الأساسي لقادة المجتمع من المثقفين الذين يصيغون منظومات المجتمع التربوية والفكرية، فهم يستلهمون الأهداف الكبرى للبرامج التربوية والاجتماعية والثقافية من فلسفة المجتمع التي هي تتمثّل في قيمه ومعاييره وتقاليده. وقد ظهر هذا النوع من التفكير كمرحلة لاحقة في تطوّر التفكير البشري، ومن أهم سماته أنه   لا يقتصر على تناول ومناقشة القضايا والظواهر المحيطة بالإنسان، التي يعرضها الواقع والمرئي، بل يتعداه إلى طرح تساؤلات عن العالم الغيبي، والقضايا التي لا تدركها الحواس، أو كما تسمى ما وراء الطبيعة .métaphysiques

1 - عباس محمود العقاد، إبراهيم أبو الأنبيـاء، ، منشورات المكتبة العصرية، بيروت 2000، ص170.

إن مواضيع هذه المعرفة وطرق تناولها تختلف من فيلسوف إلى آخر، ومن مجتمع إلى آخر، ومن مدرسة إلى أخرى، ومن عصر إلى آخر. وقد اشتهر اليونان بطول باعهم في هذا المجال، وذلك لتثمينهم للعقل، ولحديثهم عن مبادئ وقواعد النظر الصحيح، وأساليب القياس الدقيقة كما يبدو من خلال علم المنطق.

وتنقسم ميادين الفلسفة وموضوعاتها إلى ثلاث أقسام رئيسة، هي: [1]

- المواضيع التي تتعلق بما وراء الطبيعة.
- مواضيع تتعلق بمسائل الأخلاق (قضية الخير والشر وخلافه)
- مواضيع تتعلق بنظرية المعرفة.

وهذه المواضيع ليست حكرا على الفلسفة لوحدها، فهي تعتبر من مواضيع المعارف الأخرى، ولكن تختلف معها في كيفية تناولها.[2]

والاختلاف لا يكون في المناهج والمصادر فحسب، بل حتى في الأهداف والغايات. [3]

3 - المعرفة العلميّة:

يمكن القول إن المعرفة العلمية "تتضمن نمطا خاصا من المعرفة يتسم بالتطور المستمر، وهي موجهة لدراسة الظواهر من خلال الأساليب العلمية التي أقرها المنهج العلمي، مع الالتزام بالحياد والموضوعية، وهي لذلك قابلة للتحقق العلمي، وللنقل والتعليم، كما أشرنا سابقا، وهذا ما يذهب إليه أيضا جورج سيمبسون George Simpson عند تعريفه للعلم بقوله هو: "المعرفة التي يتم

---

1 - سيد قطب، منهج التربية الإسلامية، ط2، دار القلم، القاهرة 2002، ص93 - 94.

2 - سيد قطب، خصائص التصور الإسلامي، دار الشروق، بيروت2007، ص56-55.

3 - سيد قطب، في ظلال القرآن، الجزء الثاني، دار الشروق، بيروت2008، ص1046-1045.

التحقق منها، ويمكن إثبات صحتها ونقلها إلى الآخرين.[1] "

وتشترك المعرفة العلمية مع المعرفة الفلسفية من حيث كونها تتطلب جهدا فكريا منظما، إلا أن المعرفة العلمية تطلب درجة من الموضوعية والحياد لا تتوفر عادة في المعرفة الفلسفية، كما أنها تتعامل مع الواقع المحسوس، الذي يمكن أن يخضع للملاحظة والتجربة. وهي معرفة تر اكمية، كل عالم يضيف إليها نتائج ما توصل إليه، ليأتي من يكمل بناء هذا الصرح، ويكون دحض النتائج وتعديلها لأسباب علمية وليس بدافعٍ ذاتيٍ.

وهي لا تبني نتائجها على الإنطباعات الحسية أو البديهيات والمسلمات، بل على الوصف الموضوعي والتفسير العلمي والفهم المنظم للوقائع والأحداث والظواهر، باتباع خطوات البحث العلمي المعروفة، فالعقل في هذه الحالة ليس الحكم، بل الحكم هو مدى تطابق الحقائق العلمية مع الوقائع الحسية.

وهي تعتمد على الإستقراء الذي يقود إلى نتائج محققة، يتم تعميمها بشكل نسبي. والإستقراء نوعان، أحدهما تام والآخر ناقص. ففي النوع الأول يقوم الباحث بدراسة جميع مفردات الظاهرة، ولذلك تكون عملية التعميم أكثر شمولية، وهذا النوع من الاستقراء لا يضيف شيئا للعلم، لأن جميع الحالات التي درست، أصبحت معلومة، وهذا النوع من التعميم معرض للدحض إذا ظهر جانب جديد مخالف لما وصلت إليه الملاحظة.

وفي النـوع الثـاني، أي الاسـتقراء الناقـص، يتنـاول الباحـث بعـض الحـالات الجزئيـة بالدراسـة، ويحـاول الكشـف عـن القوانـين العامـة، التـي تنسـحب عـلى الحـالات المشـابهة، فيطبـق نتائـج الحـالات المعلومـة عـلى الحـالات المجهولـة، مـما يعنـي وجـود

---

1 - عبد الله محمد عبد الرحمان ومحمد علي البدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 2002، ص22.

إضافة علمية جديدة، يعني أنه أكثر أهمية من الاستقراء التام.

كما أن المعرفة العلميّة لا تقتصر على صياغة القضايا الكلية من خلال الاستنباط والقياس، بل تتحقق من هذه القضايا من خلال البحث الميداني والوثائقي.[1]

وكما تختلف المعرفة العلمية عن المعرفة الفلسفية، تختلف عن المعرفة الحسية، التي تُسجل الخبرات والتجارب التي يعيشها الإنسان. وهي ليست التجارب العلمية التي يقصد من خلالها التحقق من صحة الفرضيات، بل التي تكتفي بالملاحظات البسيطة والانطباعات الحسية.

وعند الحديث عن الطريقة، أو أسلوب تحليل وتفسير الظواهر والقضايا التي تبنى عليها المعرفة العلمية، نجد أن البعض يعرّف العلم ذاته بالتأكيد على الجانب المنهجي: "التناول المنهجي (أي التنظيمي والتصنيفي) والتفسيري لبعض جوانب الواقع". وفي هذا السياق يعتبر العلم طريقة للتفكير ونتاجا لهذه الطريقة سواء بسواء. مما يعني وجود "ارتباط واضح بين هذه المعارف وتلك المفاهيم، وبين الطريقة التي استخدمت في التأكد من صحتها". ومن هنا تبرز "أهميــة الطريقــة Méthode أو المنهاجCurriculum الذي يتبع في الحصول على الحقائق العلمية من مجموعة المعارف والمفاهيم المتاحة، أي أنه من المستحيل تقييم المعارف وتلك المفاهيم إلاّ في ضوء الطريقة التي استخدمت في الحصول عليها، ومن هنا يتضح أن أهمية طريقة البحث لا تقل عن أهمية العلم ذاته، فالحقيقة العلمية لا قيمة لها بدون استخدام طريقة البحث في التأكد من صدقها وثباتهـا ".[2]

ونكاد نجد نفس الشيء في قاموس القرن العشرين للغة الإنجليزية، عندما يعرِّف

---

1 - محمد الجوهري وعبد الله الخريجي، طرق البحث الاجتماعي، الطبعة الرابعة ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة 1983، ص17.

2 - المصدر نفسه.

العلم بوصفه: "المعرفة المنسقة التي تنشأ من الملاحظة والدراسة والتجريب، والتي تتم بهدف تحديد طبيعة وأصول الظاهرة التي تخضع للملاحظة والدراسة".[1]

ويُطلق العلماء على الطريقة العلمية التي يسلكونها من أجل إنتاج المعرفة العلمية والتحقق من صدقها، تسمية "خطوات المنهج العلمي"، أو "المنهجية" méthodologie التي تعرّف على أنها: "مجموعة المناهج والتقنيات التي تسهم في بلورة البحث وقيادة خطواته العلميّة".[2] ويُعرفها كل من فينزجيرالد وكوكس Fitzgerald & Cox بقولهما : "هي تطبيق المنهج العلمي في دراسة الظواهر والحوادث".[3]

وتصنّف المعرفة حسب إدارتها إلى صنفين، هما :

• المعرفة الصريحة Explicit Knowledge، وهي المعرفة المنظمة المحدودة المحتوى التي تتصف بالمظاهر الخارجية لها، ويعبر عنها بالرسم والكتابة والتحدث، وتتيح التكنولوجيا تحويلها وتناقلها.

• والمعرفة الضمنية Tacit Knowledge، وهي المعرفة القاطنة في عقول وسلوك الأفراد، وهي تشير إلى الحدس والبديهية والإحساس الداخلي. إنها معرفة خفية تعتمد على الخبرة ويصعب تحويلها بالتكنولوجيا، بـل هـي تنتقل بالتفاعل الاجتماعي.

باختصار، المعرفة في المفهوم العام هي حصيلة الامتزاج الخفي بين المعلومة والخبرة

-1 عبد الباسط محمد حسن، مصدر سابق، ص19.

2- Maurice Angers, Initiation pratique à la méthodologie en sciences humaines, Cec/ Centre Education-Culture, 2e éd, Paris1996, p58.

-3 علي شتا، المنهج العلمي والعلوم الاجتماعية ، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر 1997، ص16.

والمدركات الحسية والقدرة على الحكم، والمعلومات هي وسيط لاكتساب المعرفة ضمن وسائل عديدة كالحدس والتخمين والممارسة الفعلية والحكم بالسليقة.

وتعتبر إدارة المعرفة قديمة و جديدة في الوقت نفسه. فقد درج الفلاسفة على الكتابة في هذا الموضوع منذ آلاف السنين. و في عام 1980 في المؤتمر الأمريكي الأول للذكاء الاصطناعي، قال أدوارد فراينبوم Frignebaum عبارته الشهيرة "المعرفة قوة Knowledge is Power"، ومنذ ذلك الوقت ولد حقل معرفي جديد أطلق عليه "هندسة المعرفة Knowledge Engineering"، ومع ولادته استحدثت سيرة وظيفية جديدة هي مهندس المعرفة. وفي عام 1997 ظهر حقل جديد آخر، نتيجة لإدراك أهمية المعرفة في عصر المعلومات وهو "إدارة المعرفة Knowledge Management".

وفي النصف الأخير من التسعينيات أصبح موضوع إدارة المعرفة من المواضيع الساخنة والأكثر ديناميكية في الإنتاج الفكري في الإدارة. ويرى البعض أن عبارة "الاشتراك بالمعرفة" أفضل من "إدارة المعرفة".[1]

ولكي نتفهم واقع إدارة المعرفة، لا بد لنا من أن ننظر بشكل أكثر واقعيةً إلى التاريخ البشري. في الماضي كان هناك الكثير من المجتمعات التي تمارس إدارة المعرفة بصورة أو بأخرى من دون أن تطلق على ممارساتها هذه التسمية، أما اليوم فإن العديد من المجتمعات قد اتخذت خطوات رسمية في هذا الجانب واستحدثت برامج إدارة المعرفة، و لكنها لا تزال قاصرة عن إدماج "إدارة المعرفة" بشكل كامل في فعالياتها و قراراتها المجتمعية.

ومن الواضح أن إدارة المعرفة تستطيع أن تسهم في إرساء أسس المجتمع

1 - ليفي بريل، فلسفة أوجيست كونت، ترجمة محمود قاسم والسيد محمد بدوي، القاهرة 1953، ص.65، نقلا عن عبد الباسط محمد حسن، مصدر سابق، ص20.

المعلوماتي من خلال تحقيق تبادل أفضل للأفكار، مما يتيح استفادة أكبر من الموارد الذهنية المتاحة و إمكانية أفضل للابتكار و التطور. ولكن، على الرغم من التشابه الكبير بينهما، نشير الى أن ادارة المعرفة و ادارة المعلومات هما مصطلحان مختلفان: فإدارة المعرفة تعمل في المستوى التجريدي أكثر من إدارة المعلومات، وهذا يجعل ارتباطها الرسمي مع الفوائد والممتلكات الملموسة صعب التحصيل والتوضيح، لكنه لا يقلل من أهميتها الإستراتيجية بأي شكل من الأشكال.[1]

و تعني كلمة "العلم" لغوياً، "إدراك الشيء بحقيقته"، يعني المعرفة واليقين. والعلم يعني اصطلاحاً، "مجموعة الحقائق والوقائع والنظريات ومناهج البحث التي تزخر بها المؤلفات العلمية". كما يعرف العلم بأنه " نسق المعارف العلمية المتراكمة أو هو مجموعة المبادئ والقواعد التي تشرح بعض الظواهر والعلاقات القائمة بينها ".[2]

وتنحصر وظائف العلم في تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي :

أ- الملاحظة والاكتشاف :

وتتمثل هذه الوظيفة للعلم في اكتشاف القوانين العلمية العامة والشاملة للظواهر والأحداث المتشابهة والمترابطة والمتناسقة، عن طريق الملاحظة والرصد والتصنيف والتحليل، بوضع الفرضيات العلمية المختلفة، وإجراء عمليات التجريب العلمي،

1 - نعيمة حسن جبر رزوقي، رؤية مستقبلية لدور اختصاصي المعلومات في إدارة المعرفة، إدارة المعلومات في البيئة الرقمية: المعارف والكفاءات والجودة، وقائع المؤتمر الثالث عشر للإتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، بيروت 29 أكتوبر1- نوفمبر2002، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس 2003، ص.275.

2 - ساسي سفيان،"مفهوم المعرفة العلمية"، مجلة الحوار المتمدن الالكترونية، العدد: 1033، 2004 / 11 / 30.

للوصول إلى قوانين علمية موضوعية عامة وشاملة تفسر الوقائع والأحداث.

ب- التنبؤ العلمي :

بمعنى أن العلم يساعد على التنبؤ الصحيح لسير الظواهر والأحداث الطبيعية وغير الطبيعية المنظمة بالقوانين العلمية المكتشفة، مثل التوقع والتنبؤ بموعد الكسوف والخسوف، وبمستقبل حالة الطقس، وبمستقبل تقلّبات الرأي العام سياسياً واجتماعياً، إلى غير ذلك من الحالات والأمور التي يمكن التنبؤ العلمي بمستقبلها، وذلك بغرض أخذ الاحتياطات اللازمة لمواجهتها.[1]

ولا يقصد بالتنبؤ هنا، التخمين أو التكهن بمعرفة المستقبل، ولكن المقصود هو القدرة على توقع ما قد يحدث إذا سارت الظروف سيراً ًمعيناً، مع التذكير بأن التنبؤات العلمية ليست على نفس الدقة في جميع مجالات العلم، ففي العلوم الطبيعية تكون أكثر دقة منها في مجالات العلوم السلوكية ومجالات المعرفة الاجتماعية.

جـ- الضبط والتحكم :

يساهم العلم والبحث العلمي في عملية الضبط والتحكم في الظواهر والأحداث والوقائع والأمور، والسيطرة عليها وتوجيهها التوجيه المطلوب، واستغلال النتائج لخدمة الإنسانية. وبذلك يتمكن الإنسان بفضل العلم من التحكم والضبط ، مثلاً، في مسار الأنهار الكبرى، ومياه البحار والمحيطات، وبالجاذبية الأرضية، ومن استغلال ذلك لخدمة البشرية. كما توصّل العلم اليوم الى التحكم في الأمراض والسلوكيات البشرية وضبطها وتوجيهها، وكذلك التحكم في الفضاء الخارجي واستغلاله لخدمة الإنسانية جمعاء.

1 - مصدر نفسه.

وتتحدد "المعرفة"على أنها "مجموعة من المعاني والمفاهيم والمعتقدات والأحكام والتصورات الفكرية التي تتكون لدى الإنسان نتيجة لمحاولاته المتكررة لفهم الظواهر والأشياء المحيطة به" .[1]

وتوضّح معاني كلمة يعرف "Know " في اللغة الإنجليزية على النحو الأتي : [2]

1 - امتلاك صورة معينة من القدرة على عمل شيء ما .

2 - المعرفة باللقاء أو الاتصال المباشر .

4 - العلاقة بين العلم والمعرفة:

ويبدو من تشابه المعاني لكلمة "معرفة " بين اللغة العربية واللغة الإنجليزية، أنها تدور في مجملها حول الإدراك والفهم . ومن هنا طرح فوكو مفهوم المعرفة "Epistème" باعتبارها أيضا شبكة مفهومية تتضمن كل الأنماط المعرفية في حقبة زمنية معينة.[3]

وعليـه يشـمل مفهـوم المعرفـة مجمـوع المعـارف الروحيـة والفلسـفية والاقتصاديـة والسياسـية والثقافيـة والعلـمية والتقنيـة والادراكيـة للعـالم الخرجـي، وتختلـف أنـواع المعـارف مـن حيـث الاسـتخدام و التطبيـق مثـل المعرفـة العقليـة و التجريبيـة والتنظيريـة

1 - عبد الباسط محمد حسن ، أصول البحث الاجتماعي ، مكتبة القاهرة 1971 ، ص.18.

2 - مجلة الرياض ، على الموقع الإلكتروني :

www.alriyadh.com.sa/contents/18-11-2003/minpage/thakafa-8885-html

3 - ميشيل فوكو، حفريات المعرفة ، ترجمة سالم يفوت ، المركز الثقافي العربي ، ط2 ، الدار البيضاء 1986 ، ص176.

و الوضعية و المد ركية و الرمزية والمناسبة والجماعيّة و الفرديّة.[1]

أما العلم فيمكن تعريفه على أنه "منهج يسعى للوصول إلى مجموعة مترابطة من الحقائق الثابتة المصنفة والقوانين العامة".[2]

وهذه الشروط كلها إنما هي في الوقت نفسه شروط المعرفة الحقة التي تتطلبها الثورة العلمية وتطبيقاتها التقنية، التي تقوم وظائفها على ثلاثة جوانب :

1 - اكتشاف المعرفة العلمية أي البحث العلمي وخدماته وما يتصل به.

2 - نقل المعرفة العلمية أي التعليم العلمي بمختلف أشكاله، ونقل التقنية أفقيا وعموديا.

3 - نشر المعرفة العلمية أي تعميم المعرفة العلمية عن طريق التعليم ، التثقيف والتدريب ، ونشر الوعي العلمي والمعرفي.[3]

وقريبا من هذا الطرح يرى بعض العلماء أن ما هو " لون من التعلم يعني عددا من المقررات الدراسية التي توجه اهتمام الفرد نحو بعض النشاطات المفيدة وهي محصورة في المجال الفكري والعلمي"، ويعتقد آخرون أنها تمثل نوعا من "التوجيه" وإثارة الاهتمام واكتساب المهارات، الذي يعين المرء على تمضية وقت

1 - راجع: محمد غلاب، المعرفة عند مفكري المسلمين ،الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة 1996.

راجع أيضا: جورج غورفيتش، الأطر الاجتماعية للمعرفة ، ترجمة د .خليل أحمد خليل ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 1981.

2 - عبد العزيز عثمان التويجري ، المدير العام للمنظمة الإسلامية للتربية الثقافة والعلوم (اليسكو) (escoِAl) على الموقع : http://altareekh.com/doc/article.php

3 - كارل ر. بوبر، أسطورة الإطار في الدفاع عن العلم والعقلانية، تأليف كارل بوبر، تحرير مارك ا .نوترنو، ترجمة يمني طريف ، مقالة على الموقع الإلكتروني :

http://darululagmdeoband.com/arabic/magawine/1060528961/fix7sub1file.htm

فراغه بطرق إيجابية .[1]

ويقول كارل بوبر في هذا الموضوع : "يضع العالم سواء أكان نظريا أم تجريبيا قضايا وانساق من القضايا ثم يختبرها تدريجيا في ميدان ا لعلوم الامبريقية وبصفة خاصة يكوّن فروضا وانساقا من النظريات، ويجري عليها اختبارا عن طريق الملاحظة والتجربة". [2]

ويقول عنها جورج غورفيتش "إنها نوع معرفي ينزع إلى التجرد والانفتاح والتراكم والانتظام والتوازن ولا وصل بين المدركي والتجريبي ، أنها تنطلق من أطر علميـة هي جوهرهـا حصيلـة نتائج سابقـة غالبـا ما تدعو إلى تحقق اختياري ".[3]

هكذا تعتبر المعرفة العلمية حديثة ومبتكرة، فالعلماء ينشئون مفاهيم وقوانين ونظريات بهدف تفسير الظواهر التي يضمونها، وهم بذلك يجيبون عن التساؤلات التي يطرحونها بخصوص هذا التصميم. وتعتبر المعرفة العلمية معرفة جدلية تقوم على البرهان، وإنتاجها يتم بشكل جماعي وأساسي ، وليس إنتاج العلم أمرا مزاجيا أو فطريا، فالنماذج والحلول المطروحة تخضع دائما للتقويم من طرف أفراد آخرين يقيمون هدفها المنطقي والتجريبي. إذن هي حصيلة الحقائق والأفكار والمعتقدات والمعاني والرموز التي تتكون لدى الفرد وتزدحم في واقع البيئة الطبيعية والثقافية التي تحيط به ككل.

---

1 - هشام خصيب، تجديد لينين في مجابهة ماخ ، نقد فلسفة العلم الحديث، على الموقع الإلكتروني: WWW.PSUT./ EDU.JOB/PUBLICATIONS/DRGHSSIB/GHHSSIBS CONSULTE15-02-2004

2 - حامد حمزة حمد الدليمي، منظومة المعرفة البشرية والعقل الكوني ، مجلة علوم إنسانية ، العدد 8 الصادر افريل 2004 كلية التربية جامعة واسط مقالة واردة على عنوان الموقع التالي :

www.ulhisania.com/a91.htm consulte 16-03-2004

3 - جورج غورفيتش، الأطر الاجتماعية للمعرفة ، مرجع سابق ، ص 42.

II -النظريّة العلمية و الإطار المعرفي

النظرية العلميّة لها ، بالتالي، عدد من المعاني المختلفة باختلاف الفرع التي تستخدم به هذه الكلمة. بشكل عام، تكون النظرية العلميّة نوعا من التفسير لشرح كيفية حدوث ظاهرة طبيعية، بشرط تحقق حدوث هذه الظاهرة وعدم وجود نزاع في حدوثها. تأتي الآن النظرية لتشرح آلية حدوث هذه الظواهر وتكون بشكل عام عرضة للصواب والخطأ، لكن التماسك المنطقي والرياضي للنظرية ثم شرحها لأكبر عدد ممكن من النتائج التجريبية يدعم النظرية ويعطيها تأكيدا أكثر فأكثر.

وتزداد النظرية صحة عندما تقدّم تنبؤات بشأن ظواهر غير مثبتة بعد، ثم تأتي الأرصاد والتجارب بإثباتها، فنظرية النسبية العامة مثلا تنبأت بانحرافات دقيقة في مدار الكوكب عطارد لم تكن مرصودة بعد، وتم التحقق من ذلك بعد ظهور النظرية مما أعطاها مصداقية أكبر.

وهناك فرق شاسع بين الاستخدام العلمي لكلمة نظريّة والاستخدام العام لها. في المجال العلمي تشير النظريّة إلى نموذج مقترح لشرح ظاهرة أو ظواهر معينة بإمكانها التنبؤ بأحداث مستقبلية ويمكن نقدها. مثال على ذلك : خطأ نظرية أرسطو (مركزية الأرض)، بأن الأرض هي مركز الكون وأن الكواكب والنجوم تدور حول الأرض، وثبوت صحة نظرية فيلاكوس كوبرنيكوس بأن الشمس هي المركز (مركزية الشمس). وتنطلق النظرية من مسلمات أو مبادئ متفق عليها وتكون أساسا لبناء النظرية وما يترتب عليها من نتائج.

تزداد النظرية صحة عندما تقدم تنبؤات بشأن ظواهر غير مثبتة بعد، ثم تأتي الأرصاد والتجارب بإثباتها. فنظرية النسبية العامة، مثلاً، تنبأت بانحرافات دقيقة

في مدار الكوكب عطارد لم تكن مرصودة بعد، وتم التحقق من ذلك بعد ظهور النظرية مما أعطاها مصداقية أكبر .

ان النظرية موجودة دائماً. وقد يظن البعض أن وجود النظرية ترف لا تقوى عليه إلا المجتمعات المتقدمة، غير أن هذا لم يكن ليحصل لو أنه لم تكن هناك قضايا حقيقية تدفع الناس إلى اللجوء للنظرية. والحق أن القضايا التي تجبر الناس على اللجوء للنظرية لا تتعلق بالبحث الإجتماعي وحده، بل إنها قضايا نواجهها جميعاً في حياتنا اليومية، كسعينا لفهم ما يجري لنا وللآخرين من حولنا، أو تلك النابعة من خياراتنا الأخلاقية والسياسية.[1]

لذا، فإن هناك أسباباً حقيقية تدفع الناس لإنتاج أعمال نظرية، ولا بد أيضاً أن هناك أسباباً تجعل نتائج تلك النظريات غير مفيدة في كثير من الأحيان. والرحلة بين المشكلات والنتائج رحلة نقوم بها في المواد التدريسية المخصصة للنظرية، وفي وضع النظريات على حد سواء، وهي رحلة محفوفة بالمخاطر ذاتها.

و تعليم النظرية لا يجعل هذه الرحلة أيسر بحال من الأحوال، ذلك لأن طبيعة العلوم الانسانية و الاجتماعية ليست بتلك الكيفية التي تمكننا من الإنتقال رأساً، من دراسات عملية مليئة بمعلومات عن الحياة الانسانية والإجتماعية، إلى النظرية العامة، كما سنوضّح لاحقا.[2]

والنظرية العلميّة بطبيعتها عامة، ولها صلة بالمجالات الأخرى. فالباحث مثلا لا يستطيع الإنتقال مباشرة من دراسة اتجاهات العمال إلى نظرية معينة، ذلك أن أي نظرية ذات قيمة علمية يجب أن تعالج مسائل أخرى غير اتجاهات العمال. كما

---

1 - بيرتروند، النظريات التربوية المعاصرة ، ترجمة محمد بوعلاق ، نشر وتوزيع قصر الكتاب البليدة، القاهرة 2001 ، ص 85.

2 - جورج غورفيتش، المرجع سابق ، ص 14.

سنوضّح لاحقا،على كل باحث أن يجمع النمطين معاً، فيستخدم دراساته للواقع بصفتها المادة الأولية للنظرية ويستخدم نظريتنه كي تساعد على فهم نتائج دراساته للواقع. لكنّه يواجه صعوبات كثيرة في أول الطريق، لأنه يدرس النظرية مجبرا ولا خيار آخر أمامه، فهي إحدى المواد الإلزامية في حياة الطالب العلمية.

كيف يمكن للباحث إذن التعامل مع النظرية والحال هذه؟ الجواب هو أن فهم النظرية مسألة تتعلق بتعلم التفكير نظرياً، أكثر منها بتعلم النظريات ذاتها. فهذا التفكير يلزمه في كل التجارب الحياتية، ويساعده على تخطي صعوبات بداية الطريق.[1]

وتجدر الإشارة هنا إلى الشرك الأول الذي يمكن أن يقع فيه الباحث المبتدىء، وهو شرك العلم الإمبريقي ذاته، إذا ما تحول البحث إلى مجرد عملية لجمع البيانات، أو للإستغراق في جدل حول المنهج والعلاقات الإحصائية، أو لاعتماد الطريقة الإمبريقية لكشف الواقع الكامن خلف أسطورة شائعة وهو ما يسمّى ب "شرك الأحجية" "Crossword Puzzle trap". ومن المفارقات أن أحد أهم الكتب المؤثرة في العلوم الانسانية والاجتماعيّة منذ الثلاثين سنة الماضية لم يكن في علم الإجتماع على الإطلاق، بل في تاريخ العلوم الطبيعية، أقصد كتاب توماس كون The Structure of Scientific Revolutions (بنية الثورات العلمية)..[2]

يفـرّق كـون Kuhn بـين مـا يسـميه العلـم "الثـوري" والعلـم "العـادي". إن العلـم العـادي هـو العلـم المألـوف المتكـرر. فالعـالم فيـه يمتلـك معرفـة نظريـة مقبولـة، وعلـما بالإجـراءات التجريبيـة المعتـادة، فضـلاً عـن الأدوات الضروريـة لإجـراء التجـارب.

1 - عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة 1979، ص400.

2 - عبد الباسط محمد حسن، مرجع سابق، ص18.

يدعو كون هذه العناصر (مع عناصر أخرى) بالنموذج الإرشادي paradigm. ويتمثل النشاط العلمي هنا في محاولة معالجة مظاهر معينة للعالم الطبيعي، بعزلها بشكل مناسب في أوضاع تجريبية، لتنطبق على النموذج الإرشادي. وكما أن الأحجية تعطينا إطاراً ومجموعة من المفاتيح لحل اللغز، فإن النموذج الإرشادي يعطينا إطاراً عاماً ومؤشرات تدل على ما يجب أن يكون عليه شكل ذلك الواقع، فيقوم العالم بملء تلك المربعات بالتفاصيل.[1]

ويبقى السؤال القائل: كيف يمكننا معرفة ما إذا كانت نظرية ما صائبة أم خاطئة؟ (وهو السؤال الأبستمولوجي المهم). وليس هناك جواب قطعي عليه، لكننا نستطيع التمييز بين تفسير أكثر كفاية أو أقل كفاية تقدمه هذه النظرية أو تلك. ومثل هذا التمييز ليس عملاً بسيطاً كما سنوضّح لاحقا، إذ إنه يتضمن مجموعة من النواحي التي تختلف من شكل نظري لآخر، بيد أننا يجب أن نتذكر دائماً أننا نعيش في عالم لا يعطينا إجابات نهائية وقطعية. فمثلما يتغير هذا العالم ويصبح مكاناً مختلفاً عن ذي قبل، كذلك تتغير النظرية التي هي وسيلتنا لفهم ذلك العالم.[2]

وهناك عدد من المعايير التي نستطيع على أساسها أن نحكم على تلك النظريات. فالنظرية الأفضل هي تلك التي باستطاعتها أن تحدد بصورة تفصيلية أكبر، العمليات السببية الفاعلة والمواقف التي تعمل فيها تلك الآليات السببية. ثم إن التماسك المنطقي مهم، فالنظرية التي تناقض نفسها باستمرار يجب أن ينظر إليها بعين الريبة.

1 - عصام النقيب، "دور العلم في التنمية والتغيير في الوطن العربي: أفكار أولية "، المستقبل العربي، العدد 81، بيروت 1985، ص51.

2 - نادر الفرجاني، " التعليم العالي والتنمية في البلدان العربية "، المستقبل العربي، العدد 237، بيروت 1998، ص88.

أما من ناحية التجربة، فإن النظرية لا بد أن تقاس بناء على الأدلة التي تقدمها. ومع أن ذلك القياس لا يمكن أن يطبق بطريقة صارمة ومنظمة، غير أننا نستطيع دائماً أن نكتشف خصائص للتجربة تنبئنا إن كانت النظرية بحاجة إلى مراجعة أو لأن تستبدل بها نظرية أخرى. فقد تشير إحدى النظريات إلى أن شيئاً ما يمكن أن يحدث، ولا يحدث هذا الشيء. فلقد كرس قدر كبير من النظرية الماركسية الحديثة مثلاً، لمراجعة المنظومة الفكرية الأصلية بغية تفسير غياب الثورة الإشتراكية في أمريكا الشمالية وغرب أوروبا. وفي المقابل، قد تقترح نظرية ما أن شيئاً معيناً لن يحدث، لكنه يحدث. ومن النادر أن ترفض نظرية بكاملها، بل إن الأمر عادة ما يأخذ شكل التنقيح والتهذيب وربما تضييق النطاق واستخدام تفسيرات إضافية. وكل النظريات ندرسها تخبرنا بشيء ما عن العالم، وهناك أدلة واضحة من التجربة البحثية،على أن إحدى النظريات أفضل من الأخرى في هذا المجال أو ذاك، ولكن مهما يكن نقص أي نظرية، فإنها جميعاً تمتلك مدى معيناً قابلاً للتطبيق.[1]

-1 عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، الطبعة الحادية عشر، مكتبة وهبة، القاهرة 1990، ص123.

III- المفهوم الجدلي لعلوم الاعلام و الاتصال(SIC)

من المؤكّد أن المعرفة مسألة حيوية في فلسفة الاتصال اذ لا بد وأن تحتل دورها الحقيقي والفعال في العملية الاتصالية الانسانية الهادفة الى إنماء الانسان و مساعدته في إدراك غاياته.

فبناء على النظريات العلمية الأولى التي تفسّر علاقة وسائل الاتصال بالسياسة وآليّات المجتمعات، ومع ظهور وسائل الاعلام الجماهيرية المكتوبة والسمعية- البصرية، وتطور تكنولوجيا الاتصال ليصبح المجتمع العالمي الحديث "مجتمعاً اتصالياً" بامتياز، تأسس علم مشترك الاختصاصات استمد نظرياته من مفاهيم العلوم الانسانية الاخرى كعلم النفس وعلم الاجتماع والفلسفة وادارة الاعمال، هو"علوم الاعلام والاتصال".[1]

في سنة 1974 اجتمع باحثون ومدرسون جامعيون من اجل استحداث هذا الاختصاص العلمي الجديد انطلاقاً من "نموذج شانون" التناسبي، الحديث في حينه، و"علم التوجيه الآلي" cybernétique المعروف. ولكن، بنتيجة غياب القاعدة الفكرية المشتركة، وتعدد النظريات اصبح هذا الاختصاص علماً مشترك الاختصاصات، يستدعي التفاعل والتبادل بين الباحثين في حقول عديدة.[2]

1- Bernard Miège, Université et SIC, « La recherche en information et communication », INA, Les dossiers de l’audiovisuel N° 85, Paris juin 1999.

2 - راجع: Stephane Olivesi, Sciences de l’information et de la communication : objets, savoirs,discipline , Coll. La Communication en plus, PUG, Grenoble 2006.

ومنذ نشأته والعديد من الاسئلة تطرح حول نظرياته ومفاهيمه ومصطلحاته ومناهجه وأهدافه وحقوله البحثية واشكالياتها البحثية. وكانت المقاربة الاولى لهذا العلم على اساس "الاتصال - ارسال"(مرسل-متلقّي)، ثم حوربت هذه من قبل مجموعة من الباحثين الاميركيين الذين اقترحوا نموذج "الاتصال - مشاركة" المرتكز على نموذج "الجوقة". لم يكن هذا النموذج بنظر الباحثين شاملاً واعتبروه بمثابة علم نفس اجتماعي جديد، فاستبدلته مدرسة "فرنكفورت الجديدة" بنموذج "الاتصال - سياقا". وحددت شروط نجاح الخطاب وفعاليته على هذا النحو : الوضوح، الصدق، الصحة، الحقيقة، بالارتكاز على نظرية هابرماس الكونية [(1)] الى جانب هذه التيارات الثلاثة هناك عدة محاولات لباحثين من مجالات علمية مجاورة، أحدهم تبنى العلوم بناء على النموذج الاقتصادي التقليدي : انتاج - توزيع - استهلاك . اعتبر هذا التيار ان العولمة هي السبيل للتخلص من المفهوم التناسبي للاتصال الذي يحصر التواصل في علاقة ثنائية : مرسل – متلقي. [(2)]

باختصار، إن علوم الاعلام والاتصال قد ظهرت "لأن مجتمع الاتصال يحتاج الى علم يدرس عمليات الاعلام والاتصال الناجمة عن اعمال منظمة، هادفة، مرتكزة على التقنيات، ومشاركة في اشكال التواصل الاجتماعية والثقافية".[(3)]

"علـوم الاعـلام والاتصـال " الـذي تعـود تسـميته في فرنسـا الى سـنة 1975، هـو

1- Jean Charron, "Une introduction a la communication", Presses de l'Université du Québec, coll. Communication et société, Télé Université, Québec 1991.

2- Lucien Sfez, La communication, Puf, "Que sais-je?", Paris 1991, p.2-9.

3 - Bernard Miège, La pensée communicationnelle, Pug, Grenoble 1995, p.3-84.

بعيد عن ان يشكل نهجاً متماسكاً وموحداً كما سيتوضّح لاحقا. إن استخدام الجمع (علوم) وعبارتي "اعلام" و"اتصال" يدل على عدم دقة هذا القطاع حيث يعمل متخصصون في مجالات مختلفة ومتباعدة، يأتون من المعلوماتية أو الحقوق او الإقتصاد او التاريخ او علم الألسنية او علم النفس او علم الإجتماع...

ان الاختلافات في النهجية والاسلوب واللغة تزيد الأمر تعقيداً وتحبط منذ البداية أية محاولة توليفية. فعلوم الاعلام والاتصال تقف على مفترق عدة تأثيرات ولا يمكنها ان تشكل علماً مستقلاً مثل الرياضيات او العلوم الطبيعية : هي في طريق التشكل وتقف ما بين البحث النظري والتطبيق العملي، بدون أن تكون معترف بها الى الآن بالفعل.[1]

إن حداثة وهشاشة هذا العلم المشترك لا تسهلان، كما سنوضّح في الفصول الآتية، ظهور مفاهيم ونماذج نظرية مقبولة من الجميع تسمح للباحثين ان يتبنوا مجموعة من النظريات التي تساعد على اغناء المعارف وفهم الآليات التي تتحكم بالاعلام والاتصال في مجتمعاتنا. ومما يزيد المشكلة تعقيداً هو أننا غارقون في مجتمع عالمي يزداد فيه دور الصحافة والراديو والتلفزيون والسينما والاتصالات والانترنت، أهمية في حياتنا اليومية، ويصبح من الصعب علينا أكثر فأكثر اخذ البعد الضروري لدراسة آلياتها وتأثيراتها بموضوعية.

فنحن شركاء شئنا ام أبينا وشاهدون على هذا التقدم السريع للاتصال خلال السنين الأخيرة، لكننا ندرك كباحثين في هذا الحقل أنه بات من الضروري قبل كل شيء، تحديد المصطلحات والاتفاق على معنى المفردات التي نستخدمها، او على الأقل إقتراح تعريفات للحؤول قدر الامكان دون الوقوع في الالتباس

---

1 - Lucien Sfez, Critique de la communication, Seuil, Paris1990, p.59.

وسوء التفاهم. فوراء المصطلحات والنماذج المستخدمة من قبل الاختصاصيين في الحقول المختلفة التي تدخل في علوم الاعلام والاتصال، تاريخ طويل إذ هي حصيلة لحركات اجتماعية معقدة وتتنوع حسب العصور.

كما سبق وقلنا، لا يوجد تعريف واحد لعلوم الاعلام والاتصال بل محاولات كثيرة لشرح الواقع بالنماذج والمخططات.[1]

وقد تم تصنيف بحوث الاعلام والاتصال في ثلاثة إتجاهات اساسية :

-1 الاتجاه الاول يقف بين العلوم العصبية والعلوم المعرفية، ويعالج الاتصال في علاقته مع الدماغ : ادراك وتفكيك الصورة واللغة.

2 - الاتجاه الثاني بين العلوم المعرفية والعلوم الطبيعية، ويرتكز على مشاكل الاتصال بين الانسان والآلات.

-3 الاتجاه الثالث الذي يرتكز على علوم الانسان والمجتمع، يدرس الاتصال بين الأفراد والجماعات وكذلك تأثير تقنيات الإتصال على مسار المجتمع.[2]

وفي هذه الإتجاهات الثلاثة تلتقي عدة إختصاصات كالفلسفة، الاقتصاد، الحقوق، علم السياسية، تاريخ الآليات، الجغرافيا، علم النفس، علم النفس الألسني، علم الإنسان...

بهذا فإن علوم الاتصال هي بطبيعتها مشتركة الإختصاصات، لأن بعدها غير محدود، و قد تكون أحد النشاطات الإنسانية التي يشكل عبرها الإنسان مباشرة علاقته بالعالم.[3]

---

1 - مي العبدالله، الإتصال في عصر العولمة، دار النهضة العربية، بيروت 2001، ص27.

2 - André Vitalis, Médias et nouvelles technologies, Apogée, Paris 1994, pp.36-37.

3 - Bernard Miège, « France : pluralité des approches et relations étroites avec l'ensemble de la communication », publié dans la revue Analisi- Quaderns de comunicacion i cultura, UAB, num.21 Barcelona 1997, pp. 133-148.

لقد نجحت التقسيمات الداخلية الخاصة بعلوم الاعلام والاتصال الى حد الآن في مقاومة كل المحاولات التي قصدت الى تفتيتها. فالمختصّون في الإعلام والعاملون بالصحافة المهنية المختصة، يؤكدون انهم يختلفون عن المختصين في الإتصال، ولا يولي المختصون في الاتصال إلا اهتماماً ثانوياً لوسائل الاعلام، ويعتبرونها "إختصارية".[1]

اذا ذهبنا ابعد من معارك الاختصاصات والكفاءات هذه التي تعكس الإنقسامات المهنية الكلاسيكية، فإننا نجد أنفسنا أمام سؤال هام ورئيسي مرتبط بالعلاقات بين الإعلام والإتصال، وهو امتداد لبعض التساؤلات حول التقارب بل التوافق الممكن بين المفهومين.

إن الإعلام والإتصال مرتبطان إرتباطاً وثيقاً منذ الأزل، وإذا كانت التغييرات المستحدثة في وسائل وتقنيات الاتصال قد ادت الى تحولات محسوسة أو رئيسية في محتوى وشكل المعلومات المنتجة ثم الموزعة، فإن التغيرات الحديثة لا يمكن ان تختصر في أنها إنتقال من عصر تقني الى آخر، كما يقول بذلك مجموعة من الكتاب، وعلى رأسهم بيير ليفي.[2]

تأخذ التغيرات السياسية والثقافية او التي تتدخل في عمل الاعلام والاتصال اهمية كبرى، اضافة الى الراهانات الاستراتيجية مثل الطابع الصناعي المتزايد للاعلام والثقافة، والتوجه التمركزي لدى جماعات الاتصال، او التواجد المتسع لشبكات الاتصال في عملها التسييجي المتواصل للعالم.

---

1 - راجع: الصادق رابح، بعض التساؤلات حول علوم الاعلام والاتصال، المؤتمر العلمي التاسع لكلية الآداب والفنون، جامعة فيلادلفيا، الأردن 28-26 ابريل 2004.

2 - P.Levy, Cyberdémocratie, Essai de philosophie politique, Editions Jacob, Paris 2002

في هذا السياق واكثر من أي وقت مضى، نلاحظ ان الاتصال لا يتعارض مع الاعلام ولايفصل عنه، بل على العكس من ذلك، يعتبر امتداداً له. كما ان المفهومين متشابكين عادة، وكل نقد لأحدهما يمكن ان يطبق على الآخر.[1]

1 - راجع: مي العبدالله، علوم الاعلام و الاتصال و اشكاليّات التكوين المهني، دار النهضة العربية، بيروت 2009.

IV- مفهوم البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال

1 - في المفهوم:

يتركّب مصطلح البحث العلمي من كلمتين وهما: "بحث" Recherche و"علم" Science. وتشير كلمة البحث من ناحية اللغة إلى "التقصي والتحري والاستكشاف والتفتيش". أما كلمة علم فهي تعني، كما جاء في "المعجم الوسيط": "إدراك الشيء بحقيقته"، وتعني "اليقين".

وإذا تحدثنا عن البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، فإننا في هذه الحالة لا نقصد سوى ذلك النشاط الذي يحركه هدف علمي، والذي يتم فق متطلبات المنهج العلمي. ولذلك يعرف بوصفه: "استقصاء منظم يهدف إلى إضافة معارف علمية يمكن توصليها communicable والتحقق من صحتها Vérifiable، عن طريق الاختبار العلمي."[1]

وعرِّف أيضا بنفس الكيفية باعتباره "نشاط علمي هادف يتضمن جمع وتحليل المعطيات قصد إيجاد حل لمشكلة بحث معينة." وعلى نفس المنوال عرفه البعض على أنه "التقصي المنظم باتباع أساليب ومناهج علمية محددة للحقائق العلمية بقصد التأكد من صحتها وتعديلها أو إضافة الجديد لها."[2]

1 - Maurice Angers, Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, Ed Casbah, Alger 1997, p36.

2 - غازي حسين عناية، مناهج البحث، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية1984، ص75، نقلا عن: عمار بوحوش ومحمد محمود الذنيبات، مناهج البحث العلمي، طرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر1995، ص 11.

فالاستقصاء العلمي يتّسم بالقصد لأنه يسعى إلى إضافة معرفة علمية قد تساهم في إثراء نظرية أو حل معضلة كما قد تساهم في التحقق من صحة نموذج نظري أو تعمق فهمنا لقضية ما، ولذلك لا يمكن وصفُه بالعفوي، وهو ليس اعتباطيا، بل هو منظم لأنه يخضع لقواعد علمية مضبوطة، وهذه القواعد هي قواعد المنهج العلمي التي تمثل شرطه الآخر ليكون نشاطا علميا.

والبحث هو مجموعة من القواعد العامة المستخدمة من أجل الوصول إلى الحقيقة فى العلم بواسطة طائفة من القواعد العامة التى تهيمن على العقل و تحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة. وفى معجم المصطلحات التربوية يعني: "تقصّ دقيق ناقد و منظم و موجه يوضح ظاهرة أو حل مشكلة و تختلف أساليبه و تقنياته وفقاً لطبيعة المشكلة و الظروف المحيطة بها". و العلم كما عرّفناه سابقا، هو ذلك الفرع من الدراسة الذى يتعلق بجسر مترابط من الحقائق الثابتة المصنفة، و التى تحكمها قوانين عامة و تحتوي على طرق و مناهج موثوق بها لاكتشاف الحقائق الجديدة فى نطاق الدراسة.[1]

وهناك العديد من التعريفات الأخرى للبحث العلمى نذكر منها:

"وسيلة للدراسة يمكن بواسطتها الوصول إلى حل لمشكلة محددة، و ذلك عن طريق التقصي الشامل و الدقيق لجميع الشواهد و الأدلة التى يمكن التحقق منها و التى تتصل بمشكلة محددة".

"البحث المستمر عن المعلومات و السعى وراء المعرفة باتباع أساليب علمية مقننة".

"تلك المحاولات الناشطة التى يبذلها الباحث فى استقصاء و استنتاج المعرفة

1 - زيدان عبد الباقي، قواعد البحث الاجتماعي، الطبعة الثانية، مكتبة الأنكلو مصرية، القاهرة 1974، ص82.

العلمية بالاستعانة بالوسائل المنظمة فى الوصول إلى أهداف البحث".

و يلاحظ أن هذه التعريفات تدور كلها حول مفهوم واحد و بناءً عليه نستطيع أن نضع التعريف التالى للبحث العلمى في علوم الاعلام و الاتصال: "هو عبارة عن الطرق المقننة و المنظمة التى يسلكها الباحث فى معالجة أية مشكلة من مشكلات المعرفة كشفاً و اختراعاً أو تدليلاً و برهاناً متفقاً مع الأسلوب والطريقة التى تناسبها".[1]

2 - أهداف البحث العلمى في الاعلام و الاتصال:

بناءً على ما تقدم يمكن تحديد أهداف البحث العلمى بما يلي:

أ- الفهم: حيث يوصف العلم بانه يهدف إلى جمع البيانات والاحصاءات وتصنيف المعلومات وتحديد الظواهر بل وايجاد تفسير أو فهم محدد لها وكيفية تلازم الأحداث المدروسة، ومن خلال ذلك يتم التوصل إلى إطلاق التعميمات مما يؤدي إلى صياغة نظرية علمية.

ب- التنبؤ: وهو الصياغات الناتجة فى ضوء الفهم الجديد المنبثق من التعميمات المستحدثة، وتصور لتطبيقاتها في مواقف أخرى غير تلك التى نشأت عنها أساساً.

ج- التحكّم: وهو يعد نتيجة من نتائج العلاقة الناجمة بين الفهم والتنبؤ، فهو يعني سيطرة أكبر على الظواهر والأحداث من خلال المعرفة الدقيقة لها.

-3 أهمية البحث العلمى في الاعلام و الاتصال:

أ- أنه يساعد على رقيّ الأمم و تقدّمها فى وقت قياسيّ، اذا ما توفق الباحث للوصول الطريقة العلمية التى تمكنه من إختصار الوقت و الوصول إلى النتائج من أقصر طريق.

---

1 - نفسه.

ب- أن البحث العلمى وسيلة للابتكار و الابداع، كما أنه وسيلة لكشف الأخطاء الشائعة الناتجة عن الأبحاث المتسرّعة و غير المنهجية .

ج- البحث العلمى يعد وسيلة من وسائل التعليم الذاتى، فمن خلاله يتعرف الطالب على أسلوب البحث و طريقته، و يتعلم كيف يصل إلى المعلومات بنفسه أن و يطبقها فى الحياة العملية.[1]

-4 حدود التعرف إلى البحث العلمي في الإعلام و الاتصال:

ليس من السهل تحديد وحصر أشكال البحث العلمي في مجال متطوّر ومتحرّك مثل مجال علوم الاعلام و الاتصال. وليس من البديهي كشف المعنى في البحث العلمي، أو ماهية البحث العلمي، وخصوصيته، وتميزه. فبدل أن يكون تحديد هذا المعنى، وهذه الماهية، هي التي تفسّر تحديد أشكال البحث العلمي، أو عدم تحديدها، أو وجود أشكال البحث العلمي فيها، تحل معادلة "من اللائحة بأشكال البحث العلمي إلى معنى البحث العلمي"، محل معادلة "من معنى البحث العلمي إلى اللائحة بأشكال البحث العلمي".[2]

مع غياب معنى البحث العلمي يغيب المعيار الذي يحدد عدد أشكال البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، وأصنافها، وأنماطها، فيختلف هذا العدد بين تصنيف وآخر، وتصطنع، وتفبرك أشكال بحث لا وجود لها في العلم.

ويتوهم الباحثون حول وجود لائحة واحدة ووحيدة بأشكال البحث العلمي في الاعلام والاتصال، ولا يكشفون الخلاف بين الباحثين حول البحث العلمي. وهم، في حين يفترض أنهم يمارسون شكلاً مشتركاً واحداً من أشكال البحث العلمي، يختلفون في ممارسته، ويتواجهون ويتبادلون النقد والنقد المضاد، والشكل

---

1 - نفسه.

2 - نفسه.

الواحد من أشكال البحث العلمي يمارس بأشكال متنوعة ومختلفة ومتعددة، في حين يفترض بهم أن يمارسوا أشكالاً مختلفة من البحث العلمي وهم يتفقون، ويتساندون، ويتعاونون، ويشكّلون فرقا بحثيّة، ويعتمدون الحجج المشتركة الواحدة، ويمارسون شكلاً مشتركاً واحداً، ولو بأشكال مختلفة.

الفصل الثاني:

تجلّيات الفكر العلمي للاعلام و الاتصال

تمهيد

I- الأصول الثقافية للمعرفة العلمية

II- الاتصال وتجلّيات الفكر العلمي

III- الاتصال وبناء المفهوم

IV- مفهوم جمهور وسائل الاعلام والاتصال

تمهيد:

مع أن التفكير المنهجي قد حقق مثل العلم نوعا من الاستقلال عن الفلسفة، إلا أنه بقي يسبح إلى غاية اليوم في فضائها المعرفي، والدليل على ذلك إعتماده عدة مصطلحات ومعاني، مثل: "نظرية المعرفة" و"فلسفة العلوم" و"الإبستمولوجيا"، وهي المفاهيم التي كثيرا ما يتم الخلط بينها، وكثيرا ما تستخدم بنفس المعنى اليوم، بالرغم من الحدود الدقيقة القائمة بينها.

لقد بدأت رحلة البحث الإنساني من التعرف البسيط على الوقائع، إلى التفكير في جدوى التفكير ومصداقية طرق التفكير، مما مهّد لتأسيس قواعد البحث بالمعنى القديم أو الحديث للعلم، وساعد في تطور مناهج البحث المختلفة، وتبلور المنهج العلمي بمدلوله الذي هو عليه اليوم.

وبالطبع، كانت كل مراحل التطور هذه تشهد نوعا معينا من المعارف الإنسانية، تراوحت بين الأشكال البسيطة والمنظومات العقلية والفكرية المعقدة، التي تصعب على الفهم، إلاّ بالجهد والمثابرة، وكلها شكّلت ما يسمّى بالاطار المعرفي، أو الأطر المعرفية paradigmes لعلوم الإعلام و الاتصال التي سنتناولها في هذا الفصل.

I - الأصول الثقافيّة للمعرفة العلميّة

تعتبر الثقافة الاجتماعية في تطورها عاملاً رئيسيًّا محدِّدًا للإدراك والمعرفة معًا، أو لنقل للتوجه الإدراكي والمعرفي للإنسان. ويتجلّى هذا في مدى وطبيعة التباين بين الثقافات الاجتماعية، ومن ثم تباين الأطر الإدراكية واختلاف صورة العالم والتعبير عنه وكذلك اختلاف الواقع النفسي المرتهن بصورة التعبير عن الإدراك.(1)

تعدّدت وتكثفت أبحاث العلماء التي تناولت بحث مثل هذه الأسئلة. وبرزت أسماء أعلام لهم نظريات متميزة، مثل فولتون وماك لوهان وبياجيه وشومسكي... وخلق الجميع ما يمكن أن نسمّيه إطارًا عامّا أو اتجاهًا رئيسيّا للتفكير في هذا الموضوع. وقدّم توماسيللو نظرية جديدة ترسم الاطار الادراكي للعالم الجديد، عمد فيها إلى تقديم تفسير تطوري دينامي للمعرفة البشرية في ضوء أبعادها التطورية التاريخية للنوع والتطورية الفردية، والجمع بين النظرة التطورية وعلم النفس الثقافي، وبيان أن جذور القدرة البشرية على توافر ثقافة الرمز، والنمو النفسي الذي يجري في إطارها المتطور، كامن ضمن عنقود أو مركب من قدرات معرفية ينفرد بها البشر وتظهر بوادرها منذ الطفولة.(2)

---

1 -"الأصول الثقافية للمعرفة العلمية"، شوقي جلال، مجلة العربي، الكويت 1 شباط 2006.

2 - توماسيللو هوالمدير المشارك لمعهد ماكس بلانك للأنثروبولوجيا المتطورة في ليبزيج, وله أبحاث ومؤلفات عديدة, وصدر له أخيرًا عن جامعة هارفارد كتاب "الأصول الثقافية للمعرفة البشرية", الذي يتضمن نظريته هذه. حول التطوّر البشري.

عمل العالم توماسيللو على تطوير وتعديل نظريات بياجيه، إذ نراه يقول إن الشكل الذي ينفرد به البشر للمعرفة البشرية التي تتحول إلى ثقافة من خلال التفاعل المتبادل عبر الاتصال الرمزي والتعاون والتعلم الاجتماعي، لا يتعلق بفهم الآخرين كمصادر حية للحركة والقوة حسبما افترض جان بياجيه، وإنما الأصوب أن نقول إن هذا الشكل الجديد للمعرفة الاجتماعية يختص بفهم أن الآخرين لهم اختياراتهم التي يحددونها من إدراكهم وأفعالهم، وأن هذه الخيارات توجهها عملية التمثيل أو التصور الذهني لنتيجة محددة.

يقول: "إن المقولات الفلسفية العتيقة البالية التي تُحدِّثنا عن الطبيعة مقابل التنشئة، وعن الفطري مقابل المكتسب، بل وعن الجينات مقابل البيئة، ليست على مستوى يؤهلها لأداء المهمة المنوطة بها، لأنها فلسفات سكونية، استاتيكية، وأخلاقية. إنها دون المستوى مادام هدفنا الوصول إلى تفسير تطوري دينامي للمعرفة البشرية في ضوء أبعادها التطورية التاريخية والتطورية الفردية".[1]

ويؤكد توماسيللو في هذا الصدد ما ذهب إليه الفيلسوف فيتجنشتين، وعالم علم النفس الثقافي فيجوتسكي من أننا بشر كبار ناضجون، إذ حين نبحث ونتأمل الوجود البشري لا نستطيع أن ننزع عن عيوننا نظاراتنا الثقافية ونرى العالم متجردا من الثقافة، أي عالما غير مصبوغ بثقافتنا.[2]

"يعيش البشر، حسب توماسيللو، في عالم من اللغة (صاغته اللغة ـ الثقافة) والرياضيات والنقود ونظم الحكم والتعليم والعلم والدين، وهذه جميعا

---

1 - نفسه، راجع:

Michael Tomasello, Origins of Human Communication, MIT Press,NewYork 2008.

2 - نفسه.

مؤسسات ثقافية مؤلفة من مواضعات وتقاليد ثقافية. إن الرمز يعبر عما يرمز إليه وفقا لاعتقادنا بشأنه بحيث نفكر فيه هكذا، أو نظنه هكذا. وإن هذه الأنواع من المؤسسات والمواضعات والتقاليد نشأت ويجري الحفاظ عليها بفضل سبل معينة من التفاعل والتفكير بين جماعات البشر".[1]

والمعرفة البشرية شكل محدد متمايز من التكيف المعرفي، ولها خصائصها. ولن يتأتى لنا فهم المعرفة البشرية على حقيقتها دون فهم هذه الخصائص والأطر التي تطورت تاريخيا من خلالها: [2]

أ- نشوء نوعي تاريخي، أي لها نشأتها التاريخية المميّزة للنوع. وقوام هذا التكيف قدرة على التوحد مع أفراد النوع وفهمهم، باعتبارهم كائنات لها قصد وهدف وقدرة ذهنية، أي عقل يفكر في ضوء الهدف المنشود والأفكار، شأنهم في هذا شأن الذات.

ب- خاصية تاريخية، وتعني إمكان ظهور أشكال جديدة من آليات التعلم الثقافي والتكوين الاجتماعي أي التجدد والتطور بفضل التفاعل الاجتماعي مع الزمن، ويتجسد هذا في صورة ثقافة، أي رموز لسانية ومصنوعات فنية ثقافية وتقاليد سلوكية تراكم تعديلات على مدار الزمن. ويعني هذا ضمنا أن مجتمعا يفتقر إلى سياق التكوين الاجتماعي النشط، أي يفتقر إلى التفاعل الهادف والمشترك بين عناصره، يتعذر عليه تطوير المعارف بل يكرّس تخلّفه.

ج- الخاصية الثالثة أن أفراد البشر يكتسبون المعارف والمهارات والتمثيلات المعرفية ويستخدمونها حسب الأطر والرموز، أي حسب السياق الثقافي الذي يولدون وينشأون فيه، ثم تهيأ لهم بفضل هذا الاستيعاب وتغير السياق الاجتماعي

---

1 - "الأصول الثقافية للمعرفة العلمية"، مصدر سابق.

2 - نفسه.

قدرة على التعديل والتطوير والانتقاد، ليتمثلها أو يتبناها المجتمع بعد ذلك لما فيها من جدوى ونفع. وهكذا تتراكم الإضافات والتعديلات التي نراها مجسدة ثقافيا، أي مجسدة في مظاهر الثقافة من رموز لسانية ومصنوعات فنية ومادية.

معنى هذا أن الأطفال يولدون ويلتقون ويتفاعلون مع عوالمهم الطبيعية والاجتماعية بشكل كامل إلى حد كبير، من خلال عدسات وسيطة هي الثقافة الموجودة قبلهم، بما تحتويه هذه الثقافة من مقاصد مبتكريها من السلف. ومن ثم فإن المعرفة التي يكتسبها الأطفال رهن المعارف المتراكمة في ثقافاتهم الاجتماعية وانتقالها إليهم عبر الرموز اللسانية.[1]

وجدير بالملاحظة هنا أن المجتمعات البشرية تتمايز فيما بينها على أساس كم ونوع المعارف المتراكمة والسياق الذي تجري فيه عملية التغذية أو التلقين المعرفي والتنشئة بعامة. وطبيعي أن المجتمعات الراكدة حصادها أو رصيدها المعرفي أقل من حيث الكم، وجامد ومتخلف من حيث النوع. ذلك لأن تزايد وتنوع وتطور الحصاد المعرفي رهن الفعالية الاجتماعية النشطة، ومن ثم تطور اللغة. وتتصف ثقافة المجتمعات الراكدة بالجمود والتعصب للقديم وعدم التسامح مع تعديل أو تطوير جديد على عكس المجتمعات النشطة، فإن سياقها الثقافي يتصف بالدينامية والمرونة والقدرة على التكيف السريع مع المتغيرات، وهو ما يهيئ لها فرصا أفضل للبقاء والتقدم والمنافسة.

وتختلف آليّتا التعلم والتنشئة في هذه المجتمعات عن تلك. ويوضح توماسيللو أن التعلم والتنشئة الثقافية آليتان ناتجتان عن التطور وتمثلان استراتيجيتين مجتمعيتين

---

1 - نفسه.

للبقاء حسب الرؤية الثقافية السائدة. والملاحظ أن هدف آليتي التعلم والتنشئة في مجتمعات الثقافات الجامدة هو كفالة تكرار الذات على صورة السلف، بينما في مجتمعات الثقافة الدينامية والفعالية النشطة، فهو اكتساب أكبر قدر من المرونة والقدرة على الفعل المستقل للتكيف مع المتغيرات. إن التعلم والتنشئة الثقافية، كما يرى توماسيللو، حالتان خاصتان بالتطور التاريخي الفردي الممتد extended ontogeny. ويتفق في هذا مع ريتشارد دوكنز في نظرته إلى النمط الظاهري أو النمط الفيني الممتد extended phenotype إذ يرى هذا النمط امتدادا للنمط الجيني في مسيرة التطور، حفاظا على بقاء النوع. ولهذا لا مجال في رأي توماسيللو لافتراض تعارض مزعوم بين الطبيعة والتنشئة، أي الطبيعة مقابل التنشئة، ذلك لأن التنشئة الثقافية شكل من أشكال كثيرة ابتكرتها الطبيعة وتتخذها لنفسها، وهي امتداد متطور لها.

ولنا أن نمضي بهذه النظرة بعيدا إلى عالم التربية أو التنشئة الثقافية للصغار والكبار بعامة من بني البشر، إذ تكشف لنا هذه النظرة أن التنشئة تختلف باختلاف ثقافات وفعاليات المجتمعات. وإذا كان الأطفال يتغذون على ثقافات مجتمعاتهم بداية، عبر الرموز اللّسانية، فإن هذا يعني أن أطفال البشر يلتقون ويتفاعلون مع عوالمهم الطبيعية والاجتماعية من خلال عدسات وسيطة هي الثقافة: المصنوعات والرموز الموجودة قبلا، أي الموروثة بما تحتويه من مقاصد مبتكريها من السلف. ثم بعد هذا التطور الفردي، تتهيأ للمرء بعد استيعاب ثقافة مجتمعه، قدرة على التعديل

---

1 - راجع:

Michael Tomasello, Origins of Human Communication, op.cit.

والتطوير، ومواجهة المشاكل.[1]

خلاصة القول إن الثقافة مصنوع فني اجتماعي، أو أداة تكيف متطورة تعدل في تفاعلها مع وظيفتها الاجتماعية المتطورة والتي نشأت اجتماعيا لأدائها. واكتساب المجتمع للمصنوع الفني الجديد، أي المتطور أبدا كأداة وكدلالة، يمثل حائلا دون التراجع عنه أو نسيانه بفضل الفعالية الاجتماعية. ولهذا تشير الثقافة إلى مواقف التواصل الإجتماعي التي صممت لتمثيلها، كما تشير إلى المشكلات الاجتماعية التي صممت لحلها، وطبيعي أن تتطور بتطور المجتمع. ولكن دون ذلك يظل عقل المجتمع أسير ثقافة مضى زمانها، ويجمد المجتمع خارج التاريخ.

- II- الاتصال وتجلّيات الفكر العلمي

1 - المعرفة الفلسفية الأولى:

بدأ الإنسان رحلة البحث والاستقصاء منذ أن وطئت قدماه الأرض، حيث أدرك مبكرا أهمية استخدام ملَكَة العقل لفهم ما يتجلى له من ظواهر قد اختلفت سماتها، وتعددت طبائعها، ولسبر غور ما يغيب عنه من حقائق تختزن أسرارها مفردات الطبيعة وعناصرها. غير أن بداية التفكير العقلي المنظم، وبوادر التفكير المنهجي المقصود قد تطلب مرور وقت طويل، حتى يبدأ في التبلور في شقه العملي مع بزوغ حضارة الإسلام، خاصة في القرنين الرابع والخامس الهجريين. كما تطور البحث الإنساني من مرحلة الطفولة الساذجة إلى أن وصل إلى ما هو عليه اليوم، بوصفه ملازما لتطور العلم والاستكشاف. فبعد أن كان العلم في بعض المجالات قليل الشأن، أخذ يتطور وينمو، إلى أن اتسعت آفاقه ونضجت طرقه وأدواته، فوصل إلى مستوى هيأ له فرص الانطلاق والاندفاع في شتى الميادين والدروب.[1]

وبفضل تراكم المعارف الحسية الأولى، وظهور الأشكال المبكرة للتفكير الفلسفي أي ما يسمى بالمعرفة الفلسفية، بدأ الإنسان يفكر ليس فقط فيما يحيط به من ظواهر وعوالم، بل في مدى صدق معارفه ومدى دقة طرق تفكيره ذاتها. وقد سمح ذلك

1 - Maurice Angers, Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, Ed Casbah, Alger, 1997, p58.

بتطور الاشكاليّات المعرفية (الإبستيمولوجية) التي ناقش من خلالها الإنسان جدوى العقل، وأسس النظر والقياس.[1]

ومن أهم هذه الاشكاليّات المعرفية، التساؤل المتكرر المتعلق بكيفية تعامل الإنسان مع محيطه: أي تعامل "المفكـر"أو"الفاعل" أو "الباحث"Sujet مع مختلف الأشياء Objets والوقائع Faits التي يُوجِّه إليها عقله لإدراك خواصها، وبلغة العصر وصف مكوناتها وفهم طبيعتها وتفسير عمليّاتها.

ولقد تعددت الإجتهادات والإسهامات قي هذا المجال، وبفضل ذلك بدأ موضوع البحث والاستكشاف الإنساني يحتل مكانته الهامة داخل المجتمعات والدول. إلاّ أنّ تعقد الإشكاليات المطروقة جعل الفلسفة تقيم، منذ أيامها المبكرة، جدارا معرفيا عاليا ومنيعا بين الإنسان (المفكر) وبين الموضوع (الوجود) أو بين الروح أو الفكر والمادة، مما أدى إلى تبلور تيارين فلسفيين متناقضين: [2]

1 - تيار يؤمن بما يسمى بالمعرفة اللاّحقة Connaissance a posteriori وهي المعرفة التي تنشأ، حسب التيار المادي، انطلاقا من الواقع الأرضي المرئي المحسوس.

2 - وتيـار آخـر يؤمـن بوجـود المعرفــة المسـبقةConnaissance a priori المركـزة في عقـل الإنسان.

وعـلى الرغـم مـن المترتبـات السـلبيّة لهـذا الانشـطار الإبسـتيمولوجي، فقـد فتـح البـاب أمـام الإنسـان ليبـدأ بطـرح مسـألة التمييـز بـين مـا ينتمـي للعلـم ومـا لا ينتمـي لـه، وبهـذا

1 - علي شتا، المنهج العلمي والعلوم الاجتماعية، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة 1997، ص16.

2 - عمر مهيبل، مقدمة كتاب: مقالة الطريقة، رنيه ديكارت، دار موفم للنشر، الجزائر 1991، ص14.

بدأت تتبلور القضايا المتعلقة بخطوات البحث ومقدماته، وشروطه وإجراءاته، كما أصبحت مسألة المنهج والمقاربات تأخذ طريقها داخل عقل وتفكير الفلاسفة والعلماء.

وكان البحث عن شروط الحقيقة وعن طرق التحقق من صحة الاستدلال العقلي، الخطوة الأولى في هذا المسار، حيث قاد هذا الانشغال إلى ظهور المنطق بشكله المكتمل في عقل أرسطو، كما يقول إيمانويل كانط Emmanuel Kant. ونظرا لأهمية المنطق، اعتبره القديس أوجستين Saint Augustin علم دراسة العلوم، وأول أداة استخدمها الإنسان كمعيار للحقيقة، وأهم ميزان بشري للنظر الصحيح ، وعرّفه عباس محمود العقاد بوصفه "علم يجمع الأصول والقواعد التي يستعان بها على تصحيح النظر والتمييز".[1]

ويعرض جون ستيوارت ميل، في كتابه الأول: "الأسماء والقضايا" الذي يعد جزء" من عمله "نظام أو نسق المنطق الاستنباطي والاستقرائي"، والذي نشره في عام 1843، وترجم إلى الفرنسية في 1865، تعريفين للمنهجيّة العلميّة: يشير التعريف الأول إلى المسلك القياسي procédé syllogistique، بمعنى نمط الاستدلال الذي يمكن، وبدقة كافية، أن يطلق عليه نتيجة من العام إلى الخاص، ويشير الآخر الى التمنطق Raisonner، يعني الوصول إلى إثبات من إثبات تم قبوله والتسليم به، وبهذا فالاستقراء يمكن اعتباره برهانا على غرار البراهين الهندسية، وقد فضّل الكاتب هذا التعريف على التعريف الأوّل.[2]

1- عباس محمود العقاد، التفكير فريضة إسلامية، منشورات المكتبة العصرية، بيروت2002، ص26.

2 - John Stuart Mill, Système de logique déductive et inductive, Exposé des principes de la preuve et des méthodes de recherche scientifique, Livre 1, Des noms et des propositions, Chicago 1865.

أما ويل ديورانت فيقول في قصة الفلسفة: "إن المنطق يعني ببساطة، الفن والأسلوب الذي يساعدنا على تصحيح تفكيرنا. إنه نظام وأسلوب كل علم، وكل نظام، وكل فن، وحتى الموسيقى تلجأ إليه. إنه علم، لأن وسائل التفكير الصحيح يمكن اختصارها إلى مدى كبير وتحويلها إلى قواعد كالطبيعيات والهندسة، وتدريسها لكل عقل عادي. إنه فن لأنه بالممارسة يقدم للفكر ذلك الإتقان والدقة والضبط اللاشعوري السريع الذي يرشد ويوجه أصابع عازف البيانو بانسجام سهل في العزف على آلته. لا شيء أثقل على الفهم من المنطق ولا شيء أكثر أهمية منه". [1]

وبالطبع، أثبت التطور الفكري والعلمي محدودية القياس الذي يستند إلى هذا المنطق: فاتساق الأفكار وصحة البرهان وتوفر الشروط قد لا يعني بالضرورة صدق المحتوى، ولذلك دعت الحاجة لتجاوز هذا العقم في المنطق، ومحاولة توليد معارف يتفق فيها الشكل مع المحتوى، بدل اختزال المنطق للعملية المعرفية في دراسة الشروط الشكلية لها. وقد ظهرت محاولات عديدة لتحقيق ذلك، منها إسهام هيجل Hegel بما سمي بالمنطق الجدلي الذي حاول من خلاله تجاوز الجمود والسكون، والتأكيد على أن الفكر في تطور مستمر ينتقل بمقتضاه الباحث من شكل إلى شكل جديد مغاير للشكل الأول.[2]

يقول هيغل: "إذا كان المنطق الصوري يرى بأن القضية إما تكون صحيحة أو خاطئة، فإن المنطق الجدلي يعلن بأن كل قضية ذات محتوى واقعي هي صحيحة

---

1 - ويل ديورانت، قصة الفلسفة، ترجمة فتح الله محمد المشعشع، الطبعة الرابعة، مكتبة المعارف، بيروت 1982، ص79.

2 - عباس محمود العقاد، التفكير فريضة إسلامية، مصدر سابق.

وفي ذات الوقت خاطئة، صحيحة إذا تم تجاوزها، وهي خاطئة إذا تم النظر إليها على أنها مطلقة".[1]

ليس هناك شيء لا يجري عليه العدم، فبرأي هيغل: "كل شيء يتضمن في ذاته بذرة فنائه.. فساعة ولادته هي ساعة مماته ". [2]

وهكذا فقد ساعد المنطق الجدلي على تجاوز المنطق الصوري، غير أن تجاوز المنطق الصوري قاد إلى مثاليّة جديدة، لأن هيجل حبس نفسه في مثالية صارمة، واستبدل الواقع بالفكر، وجعل الفكر هو أساس التطور. و يعتبر هيجل، إلى جانب ديكارت وكانط، من أهم أنصار التيار المثالي الذي تمتد جذوره إلى أفلاطون وأرسطو. ويلخص الفيلسوف باركلي هذا الاتجاه بقوله: "ماذا تمثّل الأشياء إن لم تكن عبارة عما نتصوره عنها. وماذا ندرك نحن إنْ لم تكن أفكارنا ومشاعرنا". [3]

ومن الجهة المقابلة نجد أن التيار المادي يمتد إلى طاليس وهيروقليدس وأبيقور، لكن ماديتهم كانت جامدة ساذجة، لأنها ألغت الضمير، وغاصت في المادة حتى نشأت ميتافيزيقا جديدة قائمة على المادة وليس على الفكر، إلى أن أصبح هذا التيار يجد منافسيه في أنصار التقدم العلمي، وذلك منذ القرن السابع الميلادي، على العكس من التيار الأول الذي تقوقع داخل أسوار وأتباع الكنيسة.

إنشغل العلماء بالمنطق طيلة القرون الوسطى، ثم بدأ يعرف خسوفا وانحسارا لعدة قرون قبل أن ينتعش في نهاية القرن التاسع عشر، حيث أضحى مختبرا مفاهيميا

---

1 - Henri Lefèvre, Le Matérialisme historique, PUF (nouvelle encyclopédie philosophique) 1971, 34, cité par Madeleine Grawitz, Méthodes des sciences sociales, Dalloz, 5° editions, Paris1984, p6.

2 - نفسه.

3 - نفسه.

تبلـورت في كنفـه الثـورات النظريـة والتكنولوجيـة الأساسـية للقـرن العشريـن، حيـث ظهـرت تجديـدات للمنطـق خاصـة بفضـل المقاربـات اللسـانية والتطبيقـات في مجـال المعلوماتيـة.[1] وفي ذلـك ردٌ قـوي عـلى مـن اعتـبر عـصر المنطـق قـد انتهـى، أو مـنْ حكـم عليـه بالعقـم الأبـدي.

وقبل هذه العودة والتجديد للمنطق، كان العلم قد بدأ في التنصل من الفلسفة، لتصبح الملاحظة والتجربة أدواته المنهجية الرئيسة وليس التأمل الفلسفي، كما أنه أصبح يربط الفكر بالواقع، بدل أن يدرسه بعيدا عن معطيات الحس والتجربة.

Logique", Collection Microsoft Encarta , Microsoft Corporation, Paris 1993 - 2004 ." - 1

III -الاتصال وبناء المفهوم

1 - بناء مفهوم الاتصال:

تجتهد كل أبحاث علوم الاعلام و الاتصال في تحديد مفهوم الاتصال. فتؤكّد على أن أصل كلمة Communication في اللغات الأوروبية، والتي اقتبست أو ترجمت إلى اللغات الأخرى وشاعت في العالم، يعود إلى جذور الكلمة اللاتينية Communis التي تعني "الشيء المشترك". ومن هذه الكلمة اشتقت كلمة Commune التي كانت تعني في القرنين العاشر والحادي عشر "الجماعة المدنية"، بعد انتزاع الحق في الإدارة الذاتية للجماعات في كل من فرنسا وإيطاليا، قبل أن تكتسب الكلمة المغزى السياسي والأيديولوجي فيما عرف بـ "كومونة باريس" في القرن الثامن عشر؛ أما الفعل اللاتيني لجذر الكلمة Communicare فمعناه "يذيع أو يشيع " ومن هذا الفعل اشتق من اللاتينية والفرنسية نعت Communiqué الذي يعني "بلاغ رسمي" أو بيان أو توضيح حكومي.

يمكـن اختصـار وصـف الاتصـال بأنـه سر اسـتمرار الحيـاة عـلى الأرض وتطورهـا، بـل أن بعـض الباحثـين يـرى أن "الاتصـال هـو الحيـاة نفسـها". وعـلى الرغـم مـن أن الجنـس البـشرى لا ينفـرد وحـده بهـذه الظاهـرة، حيـث توجـد أنـواع عديـدة مـن الاتصـال بـين الكائنـات الحيـة، بيـد أن الاتصـال بـين البـشر شـهد تنوعـاً في أسـاليبه، وتطـوراً مذهـلا

1 - راجع: André Vitalis, Médias, temporalité et démocratie, Editions Apogée, PUF, Paris 2000.

في المراحل التاريخية المتأخرة.[1]

ومع تعدد التعريفات التي وضعت من قبل الباحثين لمفهوم الاتصال فإننا يمكن أن نعتمد تعريفا مبسطا وشاملا هو: عملية يتم بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية، أو معنى مجرد أو واقع معين . هذا التعريف يعني أن الاتصال عملية مشاركةParticipation بين المرسل والمستقبل، وليس عملية نقلTransmision ، إذ إن النقل يعني الإنتهاء عند المصدر، أما المشاركة فتعني الإزدواجيّة أو التوحد في الوجود، وهذا هو الأقرب إلى العملية الإتصالية. ولذا فإنه يمكن الاتفاق على أن الإتصال هو عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات، عن طريق عمليات إرسال وبث للمعنى، وتوجيه وتسيير له، ثم استقبال بكفاءة معينة، لخلق إستجابة معينة في وسط إجتماعي معين.

2 - تقسيمات الإتصال:

وتتفق أغلب الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، منذ ما يزيد على نصف قرن، وحتى الوقت الراهن، على تقسيم الاتصال إلى أنواع أو نماذج عدة، من أبرزها الاتصال الذاتي، والإتصال الشخصي، والإتصال الجمعي، والإتصال الجماهيري بواسطة وسائل الإعلام والإتصال.

على المستوى العلمي البحثي يمكن القول بوجود مدخلين لتعريف الاتصال:

-المدخل الأول ينظر إلى الاتصال على أنه عملية يقوم فيها طرف أول (مرسل) بإرسال رسالة إلى طرف مقابل(مستقبل) بما يؤدي إلى إحداث ـثر معين على متلقي الرسالة. هو يهدف إلى تعريف المراحل التي يمر بها الإتصال، ويدرس كل

1 - المرجع نفسه.

مرحلة على حدة، وهدفها وتأثيرها على عملية الإتصال ككل.[1]

المدخل الثاني يرى أن الاتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة في الرسائل، والتي من خلالها يتفاعل الأفراد من ذوي الثقافات المختلفة، وذلك من أجل إتاحة الفرصة لتوصيل المعنى، وفهم الرسالة. هو تعريف بنائي أو تركيبي، حيث يركز على العناصر الرئيسية المكونة للمعنى، والتي تنقسم بدورها إلى ثلاث مجموعات رئيسية:

أ- الموضوع: إشارته ورموزه.

ب- قارىء الموضوع والخبرة الثقافية والاجتماعية التي كونته، والإشارات والرموز التي يستخدمها.

ج- الوعي بوجود واقع خارجي يرجع إليه الموضوع.[1]

في هذا الإطار، تأسست وتطورت النماذج العلمية التي تشرح وتفسر عملية الإتصال بعناصرها المختلفة. ظهر في البداية النموذج الخطي أو المباشر الذي يرى أن تلك العناصر هي: المرسل والرسالة والمستقبل، ولكن الدراسات التي أجريت منذ الأربعينيات من القرن الماضي، بينت مدى قصور ذلك النموذج، وحطمت النظرية القائلة بأن لوسائل الإعلام تأثيراً مباشراً على الجمهور. فأتى العديد من النماذج التي تطورت من الطبيعة الثنائية إلى الطبيعة الدائرية، والتي على ضوئها تتكون عملية الاتصال من ستة عناصر أساسية هي: المصدر، الرسالة، الوسيلة، المتلقي، رجع الصدى والتأثير.[2]

يقصد بالمصدرٍsource منشأ الرسالة، وقد يكون فردا أو مجموعة من الأفراد، أو مؤسسة أو شركة، وكثيرا ما يستخدم المصدر بمعنى القائم بالاتصال. غير أن

---

1 - راجع: مي العبدالله، نظريّات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت 2006.

2 - نفسه.

ما يجدر التنويه إليه هنا أن المصدر ليس بالضرورة هو القائم بالاتصال، فمندوب التلفزيون قد يحصل على خبر معين من موقع الأحداث ثم يتولى المحرر صياغته وتحريره، ويقدمه قارئ النشرة إلى الجمهور. في هذه الحالة وجدنا في بعض دراسات الاتصال من يذهب إلى أن كل من المندوب والمحرر وقارئ النشرة بمثابة قائم بالاتصال، وان اختلف الدور، بينما يذهب البعض الآخر إلى أن القائم بالاتصال هو قارئ النشرة فقط. يعني انه بينما يوسع البعض مفهوم القائم بالاتصال ليشمل كل من يشارك في الرسالة بصورة أو بأخرى، فإن البعض الآخر يضيق المفهوم قاصرا إياه على من يقوم بالدور الواضح للمتلقي.

أما الرسالة message، فهي "المنبه" الذي ينقله المصدر إلى المستقبل، وتتضمن المعاني من أفكار وآراء تتعلق بموضوعات معينة يتم التعبير عنها رمزيا سواء باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة. وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدم بها، فالمصطلحات العلمية والمعادلات الرياضية المعقدة الخاصة بالكيمياء الحيوية مثلا تكون مفهومة بين أستاذ الكيمياء وطلابه، أما إذا تحدث نفس الأستاذ عن الموضوع مع طلاب الإعلام والاتصال لا يكون الأمر كذلك، فهناك فجوة أو عدم وجود مجال مشترك للفهم بين المرسل والمستقبل. والمنطق نفسه إذا كان الأستاذ يلقي محاضرة بلغة لا يفهمها أو لا يعرفها الحاضرون، أو إذا استخدم إيماءات وإشارات ذات دلالة مختلفة لهم.(1)

من جهة أخرى تتوقف فاعلية الاتصال على الحجم الإجمالي للمعلومات المتضمنة في الرسالة، ومستوى هذه المعلومات من حيث البساطة والتعقيد، حيث أن المعلومات إذا كانت قليلة فإنها قد لا تجيب على تساؤلات المتلقي ولا تحيطه علما

---

1 - راجع: مي العبدالله، الاتصال في عصر العولمة، دار النهضة العربية، بيروت 2001.

كافيا بموضوع الرسالة، الأمر الذي يجعلها عرضة للتشويه. أما المعلومات الكثيرة فقد يصعب على المتلقي استيعابها ولا يقدر جهازه الإدراكي على الربط بينها.

وتعرف الوسيلة أو القناة canal بأنها الأداة التي من خلالها أو بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وتختلف باختلاف مستوى الاتصال: ففي الاتصال الجماهيري تكون الصحيفة أو المجلة أو الإذاعة أو التلفزيون، وفي الاتصال الجمعي مثل المحاضرة أو خطبة الجمعة أو المؤتمرات تكون الميكرفون ، وفي بعض مواقف الاتصال الجمعي أيضا قد تكون مطبوعات أو شرائح أو أفلام فيديو، اما في الاتصال المباشر فإن الوسيلة لا تكون تكنلوجية وإنما إنسانيّة.

IV - مفهوم جمهور وسائل الاعلام و الاتصال

و قد أصبح دور وسائل الإعلام والاتصال في المجتمع مهما وخطيرا جداً، إلى درجة خصصت جميع الحكومات أقساماً ودوائر ووزارات إعلام تتولى تحقيق أهداف داخلية وخارجية عن طريق تلك الوسائل، ومن تلك الأهداف الداخلية رفع مستوى الجماهير ثقافياً، وتطوير أوضاعها الاجتماعية والاقتصادية.

ولم يتوقف هذا الأمر عند الحكومات، بل أن مؤسسات اجتماعية وسياسية واقتصادية اهتمت بها، ووجدت أن تلك الوسائل تخدمها وتخدم أهدافها وتساعد في ازدهارها. أما خارجياً فمن أهداف دوائر الإعلام تعريف العالم بحضارة الشعوب ووجهات نظر الحكومات في المسائل الدولية.

وليس أدل على أهمية الإعلام وتأثيره على الجماهير، ما أصبح معروفاً في العالم، من أن الدولة ذات الإعلام القوي تعتبر قوية وقادرة، إذ أصبح الإعلام عاملاً رئيسيا في نفوذ بعض الدول، وبخاصة تلك التي وجدت فيه إحدى دعاماتها الرئيسية، وقدمته على باقي دعائم الدولة.

لكل ذلك، اجتهد الباحثون منذ السبعينات في التركيز على الأبحاث التي تتناول وظائف وسائل الاتصال المتعددة، وعلى دراسات الجمهور. و قد اتّفقوا على ست وظائف رئيسية للإعلام والاتصال، هي:

أ- الوظيفة الإخبارية

ب- التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات.

ج- زيادة الثقافة والمعلومات.

د- تنمية العلاقات الإنسانية وزيادة التماسك الاجتماعي.

ه- الترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ.

و- الإعلان والدعاية.

من المتعارف عليه ان المدرسة تتولى مهمة التوجيه، باعتبار أن الطالب يقضي قسما مهما من حياته فيها. لكن المجتمع بجميع مؤسساته الأسرية والعائلية والاجتماعية والدينية والاقتصادية له دور كبير في مجال التوجيه، وتكوين المواقف والإتجاهات الخاصة بكل فرد.

من هنا تتلاقى تلك المؤسسات مع المدرسة في مهمة التوجيه وتكوين المواقف والإتجاهات، خاصة وأن المجتمع ليس كله طلابا، ولا يتاح عادة لكل أفراد المجتمع دخول المدارس أو الإستمرار في الدرس والتحصيل. وإذا كانت المدرسة تقوم بمهمتها تلك عن طريق الهيئة التعليمية والكتاب، فإن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر وغير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام والاتصال، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى، ازداد تأثيرها. فلا يعقل مثلا ان تخاطب الذين لا يجيدون اللغة العربية باللغة الفصحى، ولا الذين ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق وعلم الكلام والحجج الفكرية والفلسفية.

والتثقيف العام هدفه هو زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلام والاتصال، وليس بالطرق والوسائل الاكاديمية التلعيمية. والتثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد أكان ذلك بشكل عفوي وعارض أو بشكل مخطط ومبرمج ومقصود.[1]

والتثقيف العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام والاتصال للفرد.

---

1 - راجع: Les Professions de la communication - Fonctions et Métiers, Jean-Luc Michel, Ellipses, Paris 1999, 2004, 2009.

هذه المواجهة تقدم له معلومات وافكارا وصورا وآراء، وهذا يحدث عندما يتجول الطالب في ساحة ملعب جامعته فيفاجأ بجريدة حائط أو بتلفزيون نادي الجامعة أو باللافتات المرفوعة في أماكن من الجامعة، وكلها تحمل عبارات تلفت نظره، فيندفع في قراءتها أو متابعتها فتعلق بعض الكلمات في ذهنه ويأخذ ببعض الآراء. (1)

أما التثقيف المخطط فهو حصيلة وظيفتي التوجيه والتبشير؛ لكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التثقيف المخطط كالبرامج الزراعية التي هي عبارة عن حلقات ارشاد للمزارعين يدعون إليها أو تبث إليهم عبر الاذاعة أو التلفزيون. :

ويعرف الإتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض، هذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها.

فعندما تقدم الصحف كل يوم أخبارا إجتماعية عن الأفراد او الجماعات او المؤسسات الإجتماعية والثقافية، فإنها بذلك تكون صلة وصل يومية تنقل أخبار الافراح والأحزان من وفيات وفشل وخسارة، وليست الصفحات الخاصة كالولادات والوفيات والشكر، بصفحات عابرة وغير مهمة في الصحف، بل انها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين جميع فئات الجماهير. كما تقوم وسائل الإعلام والاتصال كلها تقريبا بتعريف الناس ببعض الاشخاص البارزين أو الذين هم في طريق الشهرة، سواء في مجال السياسة او الفن او المجتمع او الادب.

وتقوم وسائل الإعلام والاتصال بما تقوم به من وظائف، بمهمة ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل ومرفه، بواسطة الابواب المسلية في وسائل الاعلام و الاتصال. في جميع الحالات، هي تأخذ في اعتبارها مبدأ واضحا وهو

1 - راجع: Sociologie de la Communication et des Médias, Éric Maigret, Armand Colin, Paris 2003.

ان برامـج الترفيـه والتسـلية ضرورية لراحـة الجمهـور ولجذبـه اليهـا. وحتـى في مجـال الترفيـه، هنـاك برامـج وابـواب ترفيـه موجـه يمكـن عـن طريقهـا الدعـوة إلى بعـض المواقـف، ودعـم بعـض الاتجاهـات او تحويرهـا وحتـى تغييرهـا، وهـذا يتطلـب بالطبـع اسـاليب مناسـبة مـن جانـب وسـائل الإعـلام والاتصـال.

وتقوم وسائل الإعلام والاتصال أيضا بوظيفة الاعلان عن السلع الجديدة التي تهم المواطنين، كما تقوم بدور هام في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الاعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل. ولهذا استطاعت وسائل الإعلام على تنوعها من صحافة وتلفزيون وسينما وأحيانا إذاعة، أمام تعقيد الحياة وتعدد ما فيها من اختراعات وصناعات واكتشافات، ان تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور وعرض فوائده واسعاره وحسناته بشكل عام.

وتؤدّي وسائل الاعلام و الاتصال دور المعلم والمربي وحتى الاب والام في حالات كثيرة. فالبرامج التربوية والمدرسية وبرامج الاطفال وبرامج الطلاب وغيرها من البرامح، تلتقي بوظيفة التثقيف، لكنها تتعدى تلك الوظيفة إلى ما هو اعمق وأعم واشمل، إلى درجة يمكن القول معها إن الفرد يولد وينمو قليلا حتى تتولاه وسائل الإعلام والاتصال وترعاه وتقدم إليه ما يلزم من تثقيف وتوجيه وترفيه واعلان وغير ذلك، وأحيانا تقدم إليه ما يسيء إلى نمو شخصيته وآرائه، فتنحرّف بها أو تشوهها. (1)

لقد خضع مصطلح الجمهور في تشكيله إلى مرحلتين مهمتين:

أ- مرحلة ما قبل ظهور وسائل الإعلام:

كانـت فكـرة الجمهـور في أصلهـا تعنـي النـاس الذيـن يقبلـون عـلى عـرض درامـي

1 - عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، جامعة حلوان، القاهرة 2002.

أو لعبة أو أي استعراض عام. و كان هذا الجمهور يتصف بعدة مميزات إذ أن جميع أفراده معروفين بذواتهم و محددين في الزمان و المكان، ذلك أنهم سكان لمدينة أو قرية ما. وكان تجمعهم لتشكيل جمهور العبادة أو المسرح أو الملعب أو السوق غالبا منضما بحكم العادة، تشرف عليه سلطة دينية أو روحية أو إدارية، حيت كان يجلس سيد القبيلة في الأول ثم تأتي حاشيته ثم النبلاء، حتى نصل إلى جميع الناس. وقد أضفت تلك السلطات على الجمهور طابع المؤسسة التي تفرض سلوكيات جماعية معينة. ولا زالت جوانب عديدة من هذا المفهوم سائدة في الاستخدامات الراهنة لمصطلح الجمهور.

ب- مرحلة ظهور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية:

وقد قسمت هذه المرحلة بدورها إلى أربع مراحل مهمة ساهمت في إضافة عناصر جوهرية على المفهوم، ويتجلى ذلك في ما يلي: [1]

المرحلة الأولى:

تعتبر هذه المرحلة أهم مرحلة في تاريخ وسائل الإعلام الجماهيرية وفي تشكيل مفهوم الجمهور، اذ عرفت اختراع حروف الطباعة في القرن الخامس عشر على يد الألماني جوتنبورغ ممّا أدى إلى ظهور جمهور القراء للمنشورات و المطبوعات، بما فيها الصحف لاحقا، و توزيعها على نطاق أوسع مما كان عليه الحال سابقا.

و قد اوجد هذا التطور النوعي تقسيما اجتماعيا اقتصاديا كان معروفا في السابق بين الأغنياء و الفقراء و الحضر و البدو، و ساعد هذا التطور على تكوين مفهوم أولي لما يعرف حاليا بالجمهور العام public كفكرة أو رأي يربط بين عدد غير محدود من الناس يختلفون تبعا لاهتماماتهم و مستوى تربيتهم و تطلعاتهم الدينية أو السياسية أو الفكرية...

---

1 - عبد الحميد محمد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، دار عالم الكتاب،القاهرة 1993.

المرحلة الثانية:

التطور التاريخي الثاني الذي كان له التأثير البالغ في تشكيل الجمهور هو الإفرازات الاجتماعية و الثورة الصناعية التي أعطت دفعا قويا للطباعة، مما أسهم في تنمية و تسويق الصحافة، خاصة الصحافة الشعبية أو الموجهة، إلى المجتمعات الجماهيرية mass society الجديدة التي نمت حول المدن الصناعية الكبرى، المكونة خاصة من المهاجرين الذين انتقلوا من الأرياف التي تسودها الروابط العائلية و الصلات الاجتماعية إلى المدن و المجتمعات الحديثة التي تتميز بالتباين بين إفرادها لغياب قيم ثقافية و تقاليد وأعراف اجتماعية مشتركة.

في هذه المرحلة التاريخية بدأت الصحافة تتخذ شكلها الجماهيري الذي لا زال يلازم وسائل الإعلام و الاتصال إلى الوقت الراهن، مع بعض التعديلات الشكلية كما سنرى.

المرحلة الثالثة:

و من العوامل التي ساهمت في تشكيل مفهوم الجمهور و رسم معالمه الحديثة ظهور وسائل الإعلام الالكترونية، مع الإذاعة في عشرينات القرن الماضي، والتلفزيون في نفس القرن.

فقد أصبح الجمهور غير محدد في المكان، حيث باعد البث الإذاعي و التلفزيوني بين أفراد الجمهور من جهة و بينهم و بين المرسل أو القائم بالاتصال من جهة أخرى، وظهر شكلان جديدان من أشكال الجمهور هما المستمعين و المشاهدين الذين لم تعد الأمية و الحواجز الطبيعية تحولان دون تعرضهم للرسائل الإعلامية كما كان الشأن بالنسبة للصحافة المكتوبة.

المرحلة الرابعة:

ويتمثل العنصر التاريخي الرابع في اعتناق نظريات الديمقراطية السياسية الذي تعتبر وسائل الإعلام والاتصال و حريتها أحد أهم مظاهرها. فقد انعكس تطبيق الأفكار الديمقراطية في أنظمة الحكم على وظائف وسائل الإعلام والاتصال وعلى الرقابة السياسة ومبادئ الوصول إليها و المشاركة فيها، كما انعكس على وعي المجتمع ككل بأهمية وسال الإعلام و الاتصال ودورها في الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية.

لم يعد الجمهور مجرد قراء للصحف ومستمعين للإذاعات ومشاهدين للتلفزيون، وإنما في نفس الوقت أصبح، بالنسبة للباحثين، يتضمن ناخبين و مستهلكين للسلع والخدمات، لذلك ظهرت مصطلحات لها علاقة وطيدة بالجمهور مثل الجمهور الناخبين mass electorate و جمهور السوق mass market .

إن هذه المراحل الأربعة التي ذكرناها لا تعني أن تطور مفهوم الجمهور قد توقف عند هذا الحد، فهو في تطوّر دائم متلازم مع تطور تكنولوجيات الاتصال. وقد بدأت تظهر بعض المصطلحات التي ترتبط بتقنية الانترنت مثل جمهور الواب web audience و online audience وغيرها من المصطلحات.[1]

من هذا المنطلق، وبناء على المراحل التي تناولناها في تشكيل مفهوم الجمهور، يمكن أن نقول بان الجمهور هو ذلك المتلقي أو المتفاعل مع رسالة إعلامية مكتوبة أو مسموعة أو مرئية أو الكترونية تحتوي على أهداف سياسية أو اقتصادية أو

1 - نفسه.

إيديولوجية، ونحدد أنواعه على الشكل التالي:[1]

أ- الجمهور العام:

نشأ مفهوم الجمهور العام مع مفهوم المجال العام الذي خلقة تطور وسائل الاعلام و الاتصال في العالم. هو بالتبسيط، أكثر حجما من التجمعات الأخرى أعضاؤه أكثر تبعثرا ، متباعدين في المكان وأحيانا في الزمان، ولكنه ذو ديمومة أكثر ويتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة. هدفه الرئيسي هو تكوين اهتمام أو رأي عام حول قضية أو ظاهرة اجتماعية. ارتبط ظهوره وتطوره بالبرجوازية والصحافة حتى أصبح هدفا أساسيا للوصول إلى تغيير سياسي، وهو عنصر أساسي للمشاركة في المؤسسات الديمقراطية. و يمثّل الجمهورالعام الديمقراطية، فهو يتميز بوجود جماعة نشطة متفاعلة و مستقلة فكريا عن الوسيلة الإعلامية التي تعمل من خلالها.

وقد عرّفه ديوي على أنه تجمع سياسي لمجموعة من الأفراد يشكلون وحدة اجتماعية من خلال الاعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها.[2]

ب- الجمهور الخاص:

هو الجمهور الذي يجتمع فيه أفراده حول بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات، مثل الافراد المشتركين في صحيفة ما، ويصبح من بعد ذلك من واجب

---

1 - الطاهر خرف الله و آخرون، الوسيط في الدراسات الجامعية، دار هومة، الجزائر1996.

2 - عبد الباسط عبد المعطي، عبد الحميد محمود، استطلاع آراء الجمهور المصري في الافلام السينمائية، المجلة الاجتماعية القومية، القاهرة أيّار 1994.

وسائل الاعلام اثارة هذا الاهتمام و تدعيمه و تلبية حاجاته للاحتفاظ بالجمهور وتوسيعه .

وقد قدّم كلوس Clauss تحليلا عدديا للجمهور، حسب درجات مساهمته، كما يلي: [1]

الجمهور المفترض:

هو مجموع السكان المستعدين لاستقبال عرض وحدة الاتصال، أي الذين يملكون الوسائل المادية والتقنية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الإعلامية لوسيلة معينة، ومن هنا فإن كل من يمتلكون أجهزة استقبال تلفزيون أو إذاعة يشكّلون الجمهور المفترض لهما. والجمهور المفترض للصحيفة يقاس بعدد نسخ السحب، أما جمهور الويب(الانترنت) المفترض حسب هذا المنظور، فهو أكثر تعقيدا لأنه يتطلب توفر جهاز كمبيوتر وخط هاتفي ومودم إلى جانب اشتراك في الانترنت.

الجمهور الفعلي:

هو مجموع الأشخاص الذين استقبلوا فعلا العرض الإعلامي، مثل المواظبين على برنامج تلفزيوني أو المستمعين المداومين على حصة إذاعية معينة أو قراء صحيفة أو زوار موقع الكتروني، يسجل حضورهم بمجرد النقر على الرابطة.

الجمهور المتعرض:

وهو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بصرف النظر

---

1 - راجع: R. Claus, R.M. Oliphant, and K .Claus,"Signs. Legal Rights and Aesthetic Considerations", Signs of the Times Publishing Company, Cincinnati, OH 1972.

عن إدراكها وعن الموقف الذي يتخذه منها. فهناك من الجمهور من يستجيب للرسالة الإعلامية، وهناك من يتجاهلها تبعا لتطابقها مع احتياجاته ومصالحه المادية واهتماماته الفكرية و الثقافية.

الجمهور الفعّال:

وهو الجزء الذي يتفاعل أي يستجيب للرسالة الإعلامية، وهو الجمهور المستهدف من خلال الإعلانات التجارية والدعوات الانتخابية والذي يحاول المرسل كسب وده أو حياده.

الجـمـاهـير:

مصطلح الجماهير أكثر شيوعا واستخداما في الدراسات الإعلامية الثقافة الشعبية العامية للإشارة إلى الجمهور العريض الذي تستهدفه غالبا وسائل الإعلام والاتصال. غير أن المصطلح يحمل دلالات معقدة ومتناقضة تبعا للسياقات الاجتماعية والثقافية، حيث ما زال الاعتقاد سائدا أنه يحمل معان سلبية وأخرى إيجابية.(1)

أما الجانب السلبي في المصطلح فهو ناجم عن الاستخدامات العامية، يعني مجموع الأشخاص الذين يفتقدون قيم الثقافة السائدة ولهم مستويات دنيا من الذكاء والعقلانية.

و أما الجانب الايجابي للمصطلح وخاصة في التقاليد الاشتراكية فإنه يعني القوة والتضامن من أجل تحقيق أهداف سياسية والوصول إلى غايات إيديولوجية.

---

1 - نفسه.

وفي كلا الحالتين يظهر أن الإستخدامين يتضمن الإشارة إلى عدد واسع من الأفراد يشتركون في ظروف اجتماعية واقتصادية تجعل منهم قوة رفض مواجهة الظروف المحلية.

وقد حاول هربرت بلومر إعطاء الفرق بين الجماعة والحشد، فقام بالتقسيم التالي:[1]

*الجماعة :

كل أعضائها يعرفون بعضهم بعضا، وهم واعون لعضويتهم المشتركة في الجماعة، يتقاسمون نفس القيم و لهم بنية لعلاقاتهم مستمرة في الزمن، يعملون من خلالها على تحقيق أهداف مشتركة ومخططة.

*الحشد :

أوسع من الجماعة ، محدود في الزمان والمكان ، مؤقت ونادر، يعاد تكوينه بنفس الشكل، قد يكو ن أعضاؤه محددي الهوية، يتقاسمون نفس الاهتمامات لكن لا توجد بينهم بنية ولا تنظيم اجتماعي أو معنوي يربط بينهم. أعضاؤه متساوون مدركون أن تجمعهم مؤقت، أملاه الحدث العارض، ويمكن أن يحقق هدفا ما ولكنه يتصف غالبا بالعاطفة والانفعال وأحيانا بالعفوية.

لقد كرّس "اينيس" جهدا معتبرا في البحث عن أبرز المميزات التي تنطبق على الجماعة الاجتماعية ، وقد فرّق بين الخصائص الظاهرية و خصوصيات البنية

1 - راجع: E. Griffin, A First Look at Communication Theory, The McGraw-Hill Companies, New York 1997.

الداخلية للجماعة، وقد عرّف العناصرالثلاثة في تحديد الطابع الاجتماعي لسلوك الجماعة، على النحو التالي: [1]

أ- الاختلافات الاجتماعية:

إن الدراسات والأبحاث التي أجريت على جمهور وسائل الأعلام المختلفة أثبتت وجود اختلافات شكلية جوهرية عند جماهير وسائل الأعلام والاتصال المختلفة، تتمثل في: [2]

اختلاف المصالح و الاهتمامات: وهذا يفسره جزئيا تنوع الرسائل والوسائل الإعلامية، حيث أنه هناك دوافع وحوافز تدفع بالجمهور إلى اقتناء رسالة أو وسيلة إعلامية دون أخرى.

اختلاف درجات الإدراك: يظهر الاختلاف الاجتماعي أيضا في تحديد الموقف تجاه الرسائل والوسائل الإعلامية وفهمها و تفسيرها، وهذا نتيجة اختلاف مستوى التربية والتعليم والثقافة.

اختلاف مدة التأثير: حيث أن الجمهور لا يتأثر بالرسالة الإعلامية في وقت واحد، فهناك اختلاف بين قطاعات الجمهور كذلك من حيث استمرار التأثير (أسبوع، أسبوعين، ساعة).

ب- التفاعل الاجتماعي:

-الطابع الاجتماعي: يختلف سلوك الجمهور تبعا لطبيعة الرسالة أو الوسط، فقد

---

1 - راجع: R. Claus, R.M. Oliphant, and K .Claus,"Signs. Legal Rights and Aesthetic Considerations", op.cit.

2 - نفسه.

دخلت وسائل الأعلام والاتصال في جل نشاطات الحياة الاجتماعية. عندما يشاهد التلفزيون مثلا من قبل أعضاء الأسرة، يتفاعلون مع بعضهم البعض وتوفر لهم موضوعا للحديث و تبادل الآراء والإحساسات، وحتى لاتخاذ المواقف. من جهة أخرى، يسبب استخدام بعض وسائل الأعلام والاتصال الأخرى كالصحف والراديو والانترنت، الانفراد والعزلة عن المحيط الاجتماعي.

الاستخدامات الاجتماعية: أي أن وسائل الإعلام والاتصال تستخدم جماعيا من قبل الأفراد و هذا ما ذهب إليه "جيمس لول" حيث أنجز بحثا عن عائلة تشرك أفرادها في استخدام وسائل الإعلام والاتصال، فتوصل الى استنتاج وضّح من خلاله اجتماعية وسائل الإعلام والاتصال.

العزلة الاجتماعية: تعني استخدام وسائل الإعلام والاتصال بمعزل عن الآخرين، و خاصة الاستخدام المفرط، وهذا نوع من أنواع العزلة الذاتية نتيجة الحرمان والهروب من الواقع خوفا أو عجزا عن مقاومة الضغوطات الاجتماعية.

علاقة الجمهور بالمرسل: ينظر إلى العلاقة الممكنة بين الجمهور والمرسل من خلال وسائل الإعلام والاتصال على مستويين:

1 - محاولة المرسل الاتصال بمستقبله عن طريق رسالة إعلامية.

2 - محاولة كل من المصدر والمتلقي بلوغ نفس الأهداف عن طريق وسائل الإعلام والاتصال.[1]

يبقى أن نقول أن الجماهير تنتظر من وسائل الإعلام والاتصال المحليّة والفضائية، أن تمدها بالتعليم والثقافة والترفيه والتسلية، بشكل يتناسب مع مكوّناتها و مقوّماتها التي تنبع من الأفكار التقليدية و الثقافية السائدة، والمستمدة من العائلة أو المنظومة التربوية الخاصّة بها.

---

1 - نفسه.

الفصل الثالث: إتجاهات الفكر الاتصالي

تمهيد

I- الفكر الاتصالي والسياسة

II- الفكر الاتصالي والتكنولوجيا

III- الفكر الاتصالي وعلم النفس

IV- الفكر الاتصالي والتنمية

تمهيد:

نقصد بالفكر الاتصالي خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني، بهدف تفسير ظاهرة الاتصال الحديثة ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع. وقد وضّحنا في فصل سابق كيف أنّ هناك أوّلا"، علاقة وثيقة بين نظريات الإعلام والاتصال وفلسفة الإعلام والاتصال. ففلسفة الإعلام والاتصال هي بحث العلاقة الجدلية بين الإتصال وتطبيقاته في المجتمع، أي تحليل التفاعل بين أسس الإتصال كعلم، وبين ممارساته الفعلية في الواقع الاجتماعي. ويرى المختصّون أن نظريات الإتصال جزء من فلسفة الإتصال التي هي أعم واشمل من النظريات. وكثيرا ما شاع استخدام نظريات الإعلام والاتصال باعتبارها فلسفة أو مذاهب الإتصال. ولكن، في واقع الأمر، إن استخدام تعبير نظريات الإعلام كان في مجمله إنعكاسا للحديث عن أيديولوجيات ومعتقدات إجتماعية وإقتصادية، أو الحديث عن أصول ومنابع العملية الإعلامية.

وترتبط النظريات من جهة أخرى، بشكل أساسي، بالسياسات الإعلامية في المجتمع، من حيث مدى التحكم في الوسيلة من الناحية السياسية، وفرص الرقابة عليها وعلى المضمون الذي ينشر أو يذاع من خلالها، فهل تسيطر عليها الحكومة، أم لها مطلق الحرية، أم تحددها القوانين.

I – الفكر الاتصالي والسياسة

ارتكزت أشكال الممارسات للسياسية والحكم قبل الحرب العالمية الأولى وبعدها، على طرق معيّنة من التفكير تسمى بالنظريّات السياسيّة، انبثقت منها نظريّات الاتصال المتعلّقة يالسياسة وأساليب السيطرة والحكم. ولا بد من مقاربة لهذه النظريّات لفهم تطوّر الاتصال البشري، والفكر الاتصالي.

1 - نظريّة السلطة:

ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن السادس عشر، وتعتمد عل نظريات أفلاطون وميكافيللي، وترى أن الشعب غير جدير بأن يتحمل المسؤولية أو زمام السلطة، فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها.

وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة، ويتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام، حيث تقوم الحكومة بمراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة والوزراء وموظفي الحكومة. وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص بإصدار المجلات، إلا أنه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة.

وتمثـل تجربـة هتلـر وفرانكـو تجربـة أوروبيـة معـاصرة في ظـل هـذه النظريـة، وقـد عـبر هتلرعـن رؤيتـه الأساسـية للصحافـة بقولـه: "إنـه ليـس مـن عمـل الصحافـة أن تنـشر للنـاس إختـلاف الآراء بـين أعضـاء الحكومـة. لقـد تخلّصنـا مـن مفهـوم الحريـة السياسـية

الذي يذهب إلى القول بأن لكل فرد الحق في أن يقول ما يشاء".[1]

ومن الأفكار الهامة في هذه النظرية أن الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الإعلام الجماهيرية ، يعمل بها كامتياز منحه إياه الزعيم الوطني ويتعيّن أن يكون ملتزما أمام الحكومة والزعامة الوطنية.

2 - نظرية الحرية:

ظهرت في بريطانيا عام 1688، ثم انتشرت في أوروبا وأمريكا. وترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حرا في نشر ما يعتقد أنه صحيح عبر وسائل الإعلام، وترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر.[2]

ومن أهداف نظرية الحرية تحقيق اكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف العيوب والفساد وغيرها من الأمور، كما أنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تمتلك الحكومة وسائل الإعلام. أما كيفية إشراف وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة بواسطة المحاكمة.

وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام والاتصال كحق مشروع للجميع.

وقد تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات والانتقادات، حيث أصبحت

---

1 - M. Domarus, Hitler: Speeches and Proclamations 1941 – 1945, V4, Bolchazy-Carducci Publishers, Inc 2004.

2 - راجع: مي العبدالله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت 2006.

وسائل الإعلام والاتصال تحت شعار الحرية تُعرض الأخلاق العامة للخط، وتقحم نفسها في حياة الأفراد الخاصة دون مبرر، وتبالغ في الأمور التافهة من أجل الإثارة وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة.

كما أن الإتصال اصبح يحقق أهداف الأشخاص الذين يملكون المؤسسات، على حساب مصالح المجتمع، وذلك من خلال توجيه الإعلام لأهداف سياسية أو اقتصادية، وكذلك من خلال تدخل المعلنين في السياسة التحريرية. وهنا يجب ان ندرك ان نظريّة الحرية مطلوبة، لكن بشرط ان تكون في إطار الذوق العام، وتحت المراقبة، فالحرية المطلقة تعني الفوضى وهذا يسيء إلى المجتمع ويمزّقه.

3 - نظرية المسؤوليّة الاجتماعية:

بعد ان تعرّضت نظريّة الحريّة للكثير من الملاحظات، كان لا بد من ظهور نظريّة جديدة في الساحة الإعلامية. فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم هذه النظرية على مبدأ ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية. وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباعلى آداب المهنة وذلك بعد ان استُخدمت وسائل الإعلام والاتصال في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية.

ويرى أصحاب هذه النظرية ان الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب ان تقبل وسائل الإعلام والاتصال بالقيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع. ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام والاتصال، مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة، ونلاحظ ان هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية. ويجب على وسائل الإعلام والاتصال في إطار قبولها لهذه الالتزامات، ان تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في إطار القانون والمؤسسات

القائمة. ويجب ان تكون وسائل الإعلام والاتصال تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما ان للجمهور العام الحق في ان يتوقع منها مستويات أداء عليا. أما التدخل في شؤون وسائل الإعلام فيمكن ان يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة. أضف إلى ذلك أن الإعلاميين في وسائل الإتصال يجب ان يكونوا مسؤولين أمام المجتمع بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية. وتهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، كما تهدف إلى تعزيزدورالإعلام للترفيه والحصول على الربح، إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى .

ويحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الاقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة. وبإمكان القطاعين العام والخاص ان يمتلكا وسائل الإعلام في ظل هذه النظريات، ولكن نظريّة المسؤوليّة الاجتماعية تشجّع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام والاتصال.

4 - النظرية السوفياتية أوالاشتراكية:

إن الأفكار الرئيسية لهذه النظرية التي وضع أساسها ماركس وانجلوس، ووضع قواعد تطبيقها لينين واستالين، يمكن إيجازها في أن الطبقة العاملة هي التي تمتلك السلطة في أي مجتمع اشتراكي، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة والقوة فإنها لا بد ان تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها، لهذا يجب ان تخضع وسائل الإعلام لسيطرة وكلاء لهذه الطبقة العاملة وهم في الأساس يمثّلون الحزب الشيوعي .

إن المجتمعات الاشتراكية يفترض أنها طبقات لا طبقية، وبالتالي لا وجود لصراع

للطبقات، لذلك لا ينبغي ان تنشأ وسائل الإعلام على أساس التعبير عن مصالح متعارضة حتى لا ينفذ الخلاف ويشكل خطورة على المجتمع.[1]

لقد حدد لينين دور الصحافة وأهدافها بناء على النظريّة الاشتراكية على النحو التالي:[2]

زيادة نجاح واستمرارية النظام الاشتراكي وبوجه خاص دكتاتورية الحزب الشيوعي.

يكون حق استخدام وسائل وقنوات الاتصال لأعضاء الحزب الموالين أكثر مما يكون للأعضاء المعتدلين.

تخضع وسائل الإعلام والاتصال للرقابة الصارمة.

تقدم وسائل الإعلام والاتصال رؤية كاملة للمجتمع والعالم طبقا للمبادئ الشيوعية ووجود قوانين موضوعية تحكم التاريخ.

إن الحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك وإدارة وسائل الإعلام من أجل تطويعها لخدمة الشيوعية والاشتراكية.

---

1 - راجع: عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، جامعة حلوان، القاهرة 2002.

Vie et Œuvre de Vladimir Lénine, sous la direction de P. Pospélov, édition en langue française, édition-2 du progrès Moscou, URSS 1979, p. 606 .

II -الفكر الاتصالي والتكنولوجيا

1 - "الوسيلة هي الرسالة":

يقول هارولد أنيس أن نمو وسائل الأعلام المطبوعة منذ القرن الخامس عشر قتل تقليد الاتصال الشفهي، وحل محل تنظيم المجتمع على أساس الزمن، وما هو موجود Temporal تنظيم آخر قام على المساحة أو الاتساع Spatial، مما جعل الفرد يركز على أوجه نشاطه الخاصة، وجعل القيم نسبية، وحوّل محور السلطة من الكنسية إلى الدول، وشجع القومية المتطرفة.

هذه النظرة أثارت الكثير من الجدل في الأوساط العلمية و الفكرية. فلا شك أن وجهه النظر هذه مهمة وجديرة بالدراسة، ولكن التطورات التي حدثت لا يمكن أن نعزوها كلّها إلى تطور تكنولوجية المطبوع. مما لا شك فيه أن الاختراعات التكنولوجية الأخرى، مثل وسائل المواصلات السريعة، ومصادر الطاقة الجديدة، والمعدات الآلية، والإلكترونيات، وإحياء التعلم، ونمو الديمقراطية، ونمو الطبقة المتوسطة، وتقسيم العمل، وإثارة مثاليات اجتماعية جديدة، كل هذه التطوّرات كان لها أيضا دورهام في التأثير.

وإذا سلّمنا أن المطبوع كان له دوره في دفع التطوّر، فإن هذه الظواهر بدورها أثرت بشكل ما، على المطبوع. ولكن حلول مجتمع جديد محل المجتمع الشفهي أحدث تغييرات أساسية على نظرة الإنسان الكلية للظروف المحيطة به، وحوّل السلطة من أيدي الأشخاص الذين يستطيعون أن يتذكروا الماضي، ويحفظون الكتب السماوية، إلى أولئك الذين يعرفون الأماكن البعيدة والأساليب المختلفة لعمل الأشياء، وجعل في الإمكان تكوين جماعات كبيرة تحت قيادة مركزية. هذه

التغيرات التي حدثت حينما بدأ المجتمع يعتمد على وسائل الأعلام والاتصال يمكن أن نراها اليوم في العديد من الدول النامية.

تبنّى مارشال ماكلوهان آراء هارولد أنيس وتناولها من الناحية السيكولوجية، واهتمّ خصوصا بالطريقة التي تؤثر بمقتضاها وسائل الأعلام والاتصال، ولم يهتم بتأثير اللغات. انشغل بنظرة الفرد للعالم، وبالطرق التي يفكر بمقتضاها، ونظريّته الرئيسية تقوم على أن وسائل الأعلام والاتصال لا تنقل فقط معلومات، ولكنها تقول لنا ما هو نوع العالم الموجود. هذا لا يجعل حواسنا تثار وتتمتع فقط، ولكنها تعدل نسبة استخدامنا للحواس، وتغير في الواقع شخصيتنا. ولم يكن ماكلوهان أول من قال أن "الأشياء التي نكتب عليها كلماتنا لها أهمية أكبر من الكلمات نفسها "، ولكن الطريقة التي قدم لنا بمقتضاها هذه الفكرة هي التي تقتبس باستمرار. فهو الذي قال : "الوسيلة هي الرسالة" لأن طبيعة كل وسيلة إعلامية، وليس مضمونها، هو الأساس في تشكيل المجتمعات.(1)

رفض ماكلوهان رأي نقاد وسائل الأعلام والاتصال الذين يدّعون أن هذه الوسائل الجديدة ليست في حد ذاتها جيدة أو رديئة، لكن الطريقة التي تستخدم بها هذه الوسائل هي التي ستحد أو تزيد من فائدتها، واقترح بدلاً عن ذلك أن نفكر في طبيعة وشكل وسائل الأعلام والاتصال الجديدة. فمضمون التليفزيون الضعيف ليس له علاقة بالتغيرات الحقيقية التي يسببها التليفزيون، كذلك قد يتضمن الكتاب مادة تافهة أو مادة كلاسيكية، ولكن ليس لهذا دخل بعملية قراءته. والرسالة الأساسية في التليفزيون هي التليفزيون نفسه، والعملية نفسها،

---

1 - Philip Marchand, Marshall McLuhan: The Medium and the Messenger, Random House, 1989,Vintage 1990, The MIT Press; Revised edition, N.Y.1998.

كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع. فالرأي الذي يقول أن وسائل الأعلام والاتصال أدوات يستطيع الإنسان أن يستخدمها في الخير أو الشر، رأي تافه عند ماكلوهان.

بالنسبة لماكلوهان، أصبحت التكنولوجيا الحديثة، مثل التليفزيون، ظرفاً جديداً محيطاً، مضمونه ظرف أقدم. وهذا الظرف الجديد يعدل جذريا الأسلوب الذي يستخدم به الناس حواسهم الخمس، والطريقة التي يستجيبون بها إلى الأشياء. ولا يهم إذا عرض التليفزيون عشرين ساعة يوميا أفلام "رعاة البقر" التي تنطوي على عنف وقسوة، أو برامج ثقافية راقية، فالمضمون غير مهم، ولكن التأثير العميق للتليفزيون هو الطريقة التي يعدل بمقتضاها الناس الأساليب التي يستخدمون بها حواسهم Sensory Patterns .

2 - من الاتصال الشفهي الى المطبعة:

تعتبرالنظرية الخاصة بامتداد الحواس من أهم الإضافات التي قدمها مارشال ماكلوهان إلى ما قاله هارولد أنيس في كتابه "تحيّز الاتصال". فقد حلل ماكلوهان الطريقة التي يفترض أن يؤثرالمطبوع بمقتضاها، وقال أن المطبوع يفرض منطقاً معيناً على تنظيم التجربة البصرية، لأنه يقسّمم الواقع إلى وحدات منفصلة ومتصلة بشكل منطقي وسببي، يتم إدراكها بشكل سطري على الصفحة، بعد تجريدها من طبيعة الحياة الكلية، غير المرتبة، وذات الأبعاد الحسية المتعددة. ويسبب هذا عدم توازن في العلاقة بالظروف المحيطة، لأن المطبوع يؤكد نوعا من المعلومات يتم إدراكها بواسطة العين بدلاً من المعلومات التي يحصل عليها الفرد بواسطة الاتصال الشخصي عن طريق كل الحواس، ولأن الكتابة والقراءة هما من أوجه النشاط الشخصية التي تتناول تجربة مجردة، فهما يفقدان الفرد قبليته، ويأخذانه خارج الثقافة الشفهية الوثيقة العرى، ويضعانه في ظرف خاص أو شخصي، بعيداً

عن الواقع الذي يتناوله اتصاله.[1]

وبالطبع فإن تطور المطبوع يسبب تماثلاً بين أبناء البلد الواحد، ويقرب البعيد، وبهذا تحل المدينة محل القرية، وتحل دولة الأمة محل دولة المدينة.

ويعني ماكلوهان أيضا بفكرة "الوسيلة هي الرسالة" بالإضافة إلى ما سبق، أن مضمون أي وسيلة هو دائما وسيلة أخرى، فالضوء الكهربائي مثلاً هو معلومات صرفة، فهو وسيلة بلا رسالة، إلا إذا استخدم لتقديم إعلان أو رسم. ولكن إذا نظرنا إلى الكتابة نجد أن مضمونها هو الكلام، والكلمة المكتوبة هي مضمون المطبوع، والمطبوع هو مضمون التلغراف، ومضمون الكلام هو عملية التفكير التي تعتبر غير لفظية، فمضمون الظروف الجديدة هو الظروف الأقدم. ونحن نحاول دائما أن نفرض الشكل القديم على المضمون الجديد. وحينما كان الإنتاج الآلي جديداً خلق، بالتدريج، ظروفا محيطة جديدة كان مضمونها الظروف القديمة للحياة الزراعية والفن والحرف. فالظرف الآلي الجديد الذي يحيط بالأفراد قد حوّل الطبيعة إلى شكل فني، وللمرة الأولى بدأ الإنسان يعتبر المطبعة مصدراً لقيم جميلة وروحية. وبدأ الناس بالإعجاب بالعصور السابقة، بينما لم يكن الأفراد الذين عاشوا في العصور التي سبقت عصر الإنتاج الآلي على وعي بعالم الطبيعة كفن، وكل تكنولوجيا جديدة تخلق ظروفا جديدة محيطة تعتبر هي نفسها فاسدة تحط بالشأن، ولكن الجديد يحول ما يسبقه دائما إلى شكل فني.[2]

---

1 - Robert Babe, "The Communication Thought of Harold Adams Innis", In Canadian Communication Thought: Ten Foundational Writers, University of Toronto Press, Toronto2000, pp. 51–88.

2 - نفسه.

حينما كانت الكتابة جديدة، حوّل أفلاطون الحوار الشفهي القديم إلى شكل فني، وحينما كانت الطباعة جديدة أصبحت العصور الوسطى شكلاً فنياً، وحوّل عصر الصناعة عصر النهضة إلى شكل فني.

ونظرا لأن التكنولوجيا الحديثة المتغلغلة قد خلقت سلسلة كاملة من الظروف الجديدة، أصبح الإنسان واعيا ومدركا للفنون على أنها ضد الظروف المحيطة، والأسلوب الذي تدرب به الإنسان قديماً على الملاحظة لم تعد له صلة بالعصر الذي نعيش فيه، لأنه يقوم على الاستجابات السيكولوجية والمفاهيم التي تأثرت بالتكنولوجية القديمة (الميكانيكية)، وقد يفسر هذا "عصر القلق" الذي نعيش فيه، فنحن نشعر بالقلق لأننا نحاول أن نقوم بعمل اليوم بأدوات الأمس، وبمفاهيم الأمس.[1]

فقد أصبح الشاب اليوم يدرك بالفطرة الظروف الحالية المحيطة أي "الدراما الكهربائية"، فالحروب والثورات والتمرد المدني هي من ظواهر الظروف الجديدة المحيطة التي خلقتها وسائل الأعلام والاتصال الالكترونية، إذ أصبح زمننا هو زمن عبور الحواجز لإزالة الفئات القديمة، وللبحث عما حولنا. وتعمل الثقافة الغربية الرسمية على جعل وسائل الأعلام والاتصال الجديدة تقوم بمهام الوسائل القديمة. لذلك نشهد حاليا أوقاتاً صعبة، فنحن نقترب من الجديد بالاستعداد السيكولوجي للقديم، وباستجاباتنا الحسية الملائمة للقديم، وهذا الصدام يحدث بالطبع في المرحلة الانتقالية، فالفن في أواخر العصور الوسيطة عبّر عن الخوف من تكنولوجيا المطبوع بفكرة رقصة الموت. [2]

---

1 - نفسه.

2 - نفسه.

1 - مسرح العبث:

واليوم يتم التعبير عن مخاوف مماثلة في مسرح العبث، والإنسان لم يكن يدرك أبدا القواعد الأساسية لنظم ظروفه المحيطة أو ثقافات الظروف المحيطة. ولكن، اليوم، نظراً لأن ظروفنا المحيطة أصبحت تتغير بسرعة، أصبحنا قادرين حاليا على رؤية المستقبل، من الظروف المحيطة الحالية. فالفلسفة الوجودية ومسرح العبث هي ظواهر المحيط الجديد الذي يعتمد على الكهرباء،هذه الظواهر تمثل الفشل الشائع الناتج عن محاولتنا أن نقوم بالعمل المطلوب الذي تتطلبه الظروف الجديدة المحيطة بأدوات أو وسائل الظروف القديمة.[1]

في مسرح العبث، تشكّل التكنولوجيا تغييرا للمدى والمساحة والشكل في الشؤون البشرية. مثلا، لم تدخل السكة الحديديّة الى المجتمع البشري، ولكنها عملت على توسيع نطاق Scale المهام البشرية، خالقة أنواعا جديدة من المدن، وأنواعا جديدة من العمل وأوقات الفراغ، وكذلك فعلت الطائرة والصاروخ...

ولكن الملاحظ أن مضمون أي وسيلة يلهينا عن طبيعة الوسيلة نفسها، والضوء الكهربائي لا يلفت انتباهنا كوسيلة اتصال لأنه ليس له "مضمون"، وهذا يجعله مثالا طيبا لإظهار الطريقة التي يفشل بسببها الناس تماما في دراسة وسائل الأعلام والاتصال. فإذا لم يستخدم الضوء الكهربائي في عرض اسم سلعة فلن يلاحظه أحد كوسيلة، وفي هذه الحالة، فإن الضوء ليس بالمضمون بل هو في الواقع وسيلة أخرى، وهو الذي لم تتم ملاحظته.[2]

1- Mohamed Meziane, La Communication et les nouvelles techniques de l'information, Ed. El-Ayem, Alger 2000.

2 - نفسه.

رسالة الضوء الكهربائي مثل رسالة الطاقة الكهربائية في الصناعة، هي جذرية وشاملة وغير مركزية. ونظراً لأن الضوء الكهربائي والطاقة منفصلان عن استخداماتهما، فهما لا يستبعدان عوامل الزمن والمساحة في الارتباط البشري كما يفعل الراديو، والتلغراف، والتليفون، والتليفزيون، حيث تخلق هذه الوسائل اندماجاً involvement بعمق.(1)

كنا قد تحدثنا عن الأطفال الذين نشأوا عهد التليفزيون، وذكرنا أنهم يختلفون عن الأطفال الذين نشأوا في عهد المطبوع. نلاحظ حاليا أن نسبة كبيرة من الأطفال في المجتمعات الغربية الذين نشأوا في عهد التليفزيون يتركون المدارس في سن مبكرة، والسبب ليس الظروف الاقتصادية أو الظروف الاجتماعية السيئة، ولكن أن طفل اليوم هو طفل التليفزيون. فالتليفزيون قدم ظروفا جديدة لتكييف بصري منخفض low visual orientation واشتراك مرتفع، الأمر الذي يجعل قبول أسلوب التعليم القديم صعباً.

وقد تكون أحدى الاستراتيجيات لمواجهة هذه المشكلة هي رفع المستوى البصري لصورة التلفزيون لتمكن التلميذ من الوصول إلى مستوى يقترب من العالم البصري القديم لحجرة الدراسة والمناهج المقررة، وهذا يستحق التجربة كحل مؤقت.

ولكن التليفزيون عنصر واحد من عناصر المسرح الإلكتروني المحيط الذي يعتمد على شبكة أو دائرة الكترونية، جاءت مباشرة، بعد العالم الذي اعتمد على العجلة والصامولة والمسمار.

لقد أصبح لزاما علينا أن نسهّل انتقالنا من العالم البصري المجزأ، أي عالم المطبوع، حتى نصل إلى أسلوب للتعليم نستخدم فيه كل وسيلة حديثة متوافرة.(2)

1- Pierre Bourdieu, Sur la télévision, Raison d'agir, Paris1996.

2 - نفسه.

4 - الوسائل الساخنة و الباردة:

يعيش الشباب اليوم بعمق في عالم خيالي أو سحري بينما يواجه، عندما يتعلم، ظروفا منظمة على أساس المعلومات المصنفة، أي الموضوعات غير المتصلة التي يتم إدراكها بصريا على أساس خطي. لا توجد أمام الطالب وسيلة للاشتراك ولا يستطيع أن يكتشف كيف تتصل المشاريع التعليمية بعالمه الخيالي الذي يتحرك فيه، وعلى المؤسسات التعليمية أن تدرك بسرعة أننا نعيش في حرب بين تلك الظروف المحيطة ووسائل الأعلام والاتصال الأخرى، غير الكلمة المطبوعة. فالتربية و التعليم في كفاح مرير من أجل الحياة في العالم الخارجي الذي خلقته وسائل الأعلام والاتصال الحديثة، لذا يجب أن ينتقل التعليم من التدريس، ومن فرض صور مطبوعة أو متماثلة على الطلبة، إلى الاضطلاع والبحث والاكتشاف والتعمق.(1)

والنظريّـة التكنولوجيّـة تعنـي، بالإضافـة إلى ذلـك، أشـياء أخـرى فمارشـال ماكلوهـان يشـير أيضـا إلى أن لـكل وسـيلة جمهـوراً مـن النـاس الذيـن يفـوق حبهـم لهـذه الوسـيلة إهتمامهـم بمضمونهـا. بمعنـى آخـر، التليفزيـون كوسـيلة هـو محـور لاهتـمام كبـير، فكـما يحـب النـاس أن يقـرءوا مـن اجـل الاسـتمتاع بممارسـة تجربـة المطبـوع، وكـما يجـد الكثـيرون متعـة في التحـدث إلى أي شـخص في التلفـون، كذلـك يحـب البعـض التليفزيـون بسـبب الصـوت والشاشـة التـي تتحـرك عليهـا الصـور.

عـلاوة عـلى ذلـك، تتأثّـر الرسـالة بالأشـكال التـي تظهـر بهـا عـلى المجتمـع: فالرسـالة المطبوعـة كانـت كل جوانـب الثقافـة الغربيـة التـي أثـر عليهـا المطبـوع، والرسـالة في

Mohamed Meziane, La Communication et les nouvelles techniques de l'information, op,cit. - 1

وسيلة السينما هي مرحلة الانتقال من الروابط السطرية إلى الأشكال.

كذلك يقترح ماكلوهان أن بناء الوسيلة ذاتها مسئول عن نواحي القصور فيها ومسئول عن مقدرتها على إيصال المضمون. فهناك وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة تجربة معينة: كرة القدم مثلاً، أفضل في التليفزيون منها في الراديو أو في عامود الجريدة، ومباراة كرة القدم الرديئة على شاشة التليفزيون أكثر إثارة من مباراة عظيمة تذاع بالراديو، ولكن على العكس من ذلك أغلب تحقيقات الهيئات النيابية، أقل إثارة للملل في الجريدة عنها في التليفزيون. ويبدو أن كل وسيلة بها آلية (ميكانيزم) خاص بها، تجعل بعض المواضيع أفضل غيرها.

وقد ابتكر ماكلوهان، في تعريفه لتلك الآلية (الميكانيزم) مصطلحي "الساخن" و "البارد" ليصف في نفس الوقت بناء وسيلة الاتصال أو التجربة التي يتم نقلها ومدى تفاعلها، وما أطلق عليه كلمة "بارد" ليعني الحياد الذي يميل إلى الابتعاد وعدم الاهتمام.

ماكلوهن لا يهاجم فقط السطرية، ولكن أيضا الطبيعة التجريدية للغة المطبوعة التي تعتبر من عناصر قوتها. وبدلاَ من المقدرة على التجريد، يهتم بالمقدرة على التخيّل التي تعتبر محور فكرته أو مفهومه، الذي يقتبس دائما حينما يفرق بين الوسائل "الساخنة" و"الباردة". فالوسيلة "الساخنة"هي الوسيلة التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس أو الوسيلة التي تقدم المعنى، مصنوعاً جاهزاً إلى حد ما، مما يقلل من احتياج الفرد للخيال لكي يكوّن صورة للواقع من العلاقات التي تقدم إليه، أما الوسيلة "الباردة" فهي الوسيلة التي تحتاج إلى أو تحافظ على التوازن بين الحواس، وتحتاج لقدر كبير من الخيال.[1]

Donald F. Theall, The Virtual Marshall McLuhan, McGill-Queen's 1 - University Press, N.Y.2001.

ولكن حتى ماكلوهان نفسه لا يتسم بالثبات الكامل في تصنيفه لوسائل الأعلام والاتصال تحت هاتين الفئتين، فهو يعتبر المطبوع والراديو من الوسائل "الساخنة"، التي تستخدم كل منهما حاسة واحدة، ولا تحتاج إلا لقدر بسيط من الخيال، بينما يعتبر الفيلم الناطق والتليفزيون، من "الوسائل الباردة" التي تحتاج إلى أقصى درجة من الجهد الخيالي من جانب المتفرجين.

والغريب في نتائج ماكلوهان المتصلة بالاحتياج للخيال أنه لا يعتمد أساسا على الحاجة للتنظيم والتجريد من القدر الكبير من التجربة المحددة التي يقدمها التليفزيون، ولكنه يهتم أساسا بأسلوب الإدراك. بمعنى أن التليفزيون يقدم عددا كبيرا من نقاط الضوء الصغيرة التي يجب أن تنظمها الأنظمة العصبية والحسية المركزية، وتكون منها صورة للواقع.[1]

بهذا المعنى يستطيع الفرد أن يعتبر الآلية الذاتية **automation** باردة، في حين أن الأنواع الميكانيكية القديمة أو الوظائف المجزأة، ساخنة، والشخص التقليدي أو غير المتطور أو المحافظ ليس "بارداً" لأن قدراته لا تساهم بعمق.

الوسيلة الساخنة أو التجربة الساخنة، درجة وضوحها مرتفعة، **high definition** أو هي أقرب للأشياء الطبيعية، فهي على درجة عالية من الفردية، كما أن بها قدرا كبيرا من المعلومات المطلوبة، ولا تحتاج إلى مساهمة كبيرة من جانب المتلقي، أما الوسيلة "الباردة" فدرجة وضوحها منخفضة، والمعلومات التي تنقلها أيضاً محدودة، وتتطلب من جانب الجمهور مساهمة لتكملة التجربة. صورة التليفزيون درجة وضوحها منخفضة، لذلك يضطر الفرد إلى المساهمة أو الاشتراك سيكولوجيا بدرجة كبيرة، أي يضطر إلى أن يملأ المساحات التي يشاهدها بالعقل، كما يفعل بالكارتون.

1 - نفسه.

لهذا نجد مشاهد التليفزيون أكثر اشتراكا في تكملة الصورة التي يقدمها التليفزيون منه في حالة الفيلم السينمائي، فهو مضطر لبذل مجهود، وهو يستعرض الصور بعينه ليكملها ويملأ نواحي النقص فيها.

و يسمي ماكلوهان التليفزيون وسيلة "باردة" والصحافة وسيلة "ساخنة" بسبب المدى الذي تشترك به حواسنا في كل منها، وتأثير كل وسيلة على بناء المجتمع يتوقف،إلى حد كبير، على درجة حرارتها، فإن الوسيلة الساخنة تسمح بمساهمة أقل من الوسيلة الباردة. كالمحاضرة مثلا، تسمح بمساهمة أقل من الندوة، والكتاب يحتاج إلى مساهمة أقل من الحوار، والصور المتحرّكة وضوحها أو دقتها منخفضة، لأنها يقدم قدرا بسيطا من المعلومات، و بالتالي هي باردة.

المطبوع وسيلة ساخنة، يفرض نمطه على الصفحة، يتكرر بلا نهاية، وهو يقوم على التجريد، ويحمل المطبوع الإنسان بعيدا عن العلاقات الوثيقة التقليدية المعقدة إلى أسلوب الحياة الحديثة، من القبلية إلى الأممية، ومن الإقطاع إلى الرأسمالية، ومن الحرفية إلى الإنتاج على نطاق واسع، ومن الحكمة إلى العلم. والمطبوع يقوم على تعدد الرسائل والأنماط بشكل لا نهائي تقريبا.(1)

أما الحديث الشفهي، فعلى العكس من ذلك، وسيلة باردة، إذ يطور حواراً واستجابة، ورجع صدى، وأنماطا معقدة ومتداخلة للعلاقات الشخصية، ومجتمعات مركزة في العائلة، وأخلاقيات عائلية وقبلية، واعتقادا أو إيمانا بأشياء خارقة للطبيعة.

والراديو وسيلة ساخنة، وكان دائما وسيلة أساسية لتسخين الدماء في أفريقيا والهند والصين.

Philip Marchand, Marshall McLuhan: The Medium and the Messenger, op.cit. - 1

والفكرة الرئيسية أن الوسيلة الساخنة تُبعد، والوسيلة الباردة تقرّب أو تستوعب.

ترى النظريّة التكنواوجيّة أن مد جهازنا العصبي تكنولوجيا يغمسنا في حركة تجمع عالمية للمعلومات، ويمكّن الإنسان من إدماج البشرية كلها داخل هذا التجمّع، وأن دور الإنسان المتعلم في العالم الحديث، أي دور الإنسان الذي يبعد نفسه ويفصل نفسه عن الأمور المختلفة، سوف يتغير ويتحول إلى مساهمة فعّالة بسبب الوسائل الإلكترونية التي ستجعلنا مرة أخرى نعود إلى الترابط. ولكن الطبيعة المباشرة لحركة المعلومات الالكترونية تقوم على اللامركزية، وبدلا من توسيع عائلة الإنسان تميل إلى بناء وجود قبلي متعدد، ويظهر هذا بشكل خاص في الدول المتقدمة، حيث يخلق الصراع بين الثقافة القديمة والبطيئة والمجزأة، والثقافة الالكترونية الجديدة أزمة في تحديد الشخصية، وفراغ في الذات، يسبب عنفاً شديداً، بحثاً عن شخصية خاصة أو عامة.

فالتليفزيون سوف يعود بالفرد مرة أخرى إلى التجارب الجماعية للثقافة الشفهية وسوف يشجع المساهمة بدلا من الانسحاب والعزلة، والعمل بدلا من الاقتصار على التفكير، والعلاقات السليمة بدلا من القومية المتطرفة، فهذه النظرة إلى المفيد للتليفزيون في الوقت الذي ينشغل فيه الناس في التحذير من تأثير التليفزيون المادي والعنيف تعتبر من المساهمات الأساسية التي قدمها ماكلوهان. [1]

1 - نفسه.

III ـ الفكر الاتصالي وعلم النفس

1 - المقدرة على التقمّص الوجداني:

يرفض بعض الباحثين تبني مفهوم "التقمّص الوجداني"، و لا تدخل هذه النظريّة عادة في كتابات الباحثين في علوم الاعلام و الاتصال. وقد اخترنا أن نأتي على ذكرها وعرضها في هذا الكتاب لأهميّتها في مسار الفكر الاتصالي، حيث هي جزء لا يتجزأ من الإتصال المرتكز على علم النفس، لأنها تربط بين ذهن المرسل وذهن المتلقي.

يكتسب الفرد المقدرة على "التقمص الوجداني" بالتحرك المادي من مكان إلى آخر أو عن طريق التعرض لوسائل الإعلام والاتصال، التي تجعل التحرك السيكولوجي يحل محل التحرك المادي أو الجغرافي. ويمكن تلخيص قيمة التقمص الوجداني للاتصال في ثلاثة عناصر[1]:

1 - وسائل مادية للاتصال

2 - رجع صدى

3 - مقدرة على التقمص الوجداني

والمقدرة على التقمص الوجداني، أي عمل استنتاجات عن الآخرين، وتغيير تلك الاستنتاجات لتتفق مع الظروف الجديدة ، هذه المقدرة معروفة منذ ألفي عام، فقد أشار إليها أفلاطون وسان جون وسان أوجستين وسان اكويناس

---

1 - محمد جاسم فلحي الموسوي، اتجاهات اعلامية معاصرة، على الانترنت:

http://www.ao-academy.org/viewarticle.php?id=457

Equnas وبعد ذلك سبينوزا Spinoza في مؤلفاتهم.

وقد اعتبرها آدم سميث وهربرت سبنسر عملية انعكاس بدائي، وفي هذا القرن ناقش الباحثون ليبس وريبوت وشليرالتقمص الوجداني في تحليلهم للعطف، ويرجع الفضل في استخدام كلمة الوجداني Empathy في اللغة الإنجليزية إلى تيوردور ليبس الذي سماها Feeling Into

وقد طور الباحث جورج ميد نظرية التقمص الوجداني في كتابه"Mind،self،and society" فقد افترض ميد أنه حينما نتوقع أو نستنتج مشاعر الآخرين، وما سيفعلونه، وحينما نخرج بتنبؤات، تتضمن السلوك الخاص للإنسان، واستجاباته الخفية، وحالاته الداخلية ومعتقداته ، نفترض أن لدينا مهارة يسميها علماء النفس بالتقمص الوجداني، أي القدرة على الإسقاط وتصور انفسنا في ظروف الآخرين، ويساعد على تطوير تلك القدرة، التحرك المادي، من مكان إلى آخر .كذلك تعمل وسائلً الإعلام على تطوير المقدرة على التقمص الوجداني بين الأفراد الذين لم ينتقلوا من مجتمعاتهم المحلية أبداً، لأن تلك الوسائل تنقل العالم الخارجي إليهم.

وهناك نظريتان للتقمص الوجداني:

نظرية تقول أننا نجرب الأشياء مباشرة، ونفس ما يفعله الآخرون وفقاً لخبراتنا، أي نفترض ان جميع الناس سوف يتصرفون بنفس الطريقة التي نتصرف بها، وأننا لا نستطيع أن نتنبأ بما سيفعله الآخرون، إذا لم نمر نحن أنفسنا بنفس التجربة التي يمرون بها.

والنظرية الثانية تقول أننا نحاول أن نضع أنفسنا في ظروف ومواقف الآخرين، وفي اتصالنا نتحول من الاستنتاجات إلى اخذ أدوار الآخرين، على أساس تنبؤاتنا.[1]

يمكــن أن نعــرّف التقمّــص الوجــداني بأنــه العمليــة التــي نتوصــل بمقتضاهــا إلى

1 - نفسه.

توقعات عن الحالات السيكولوجية الداخلية للإنسان . وتختلف الآراء حوله، ويرى بعض الباحثين أنه ليس هناك تقمص وجداني، وأننا لا نستطيع أن نطور توقعات. والذين يؤيدون هذا الرأي هم من المؤمنين غالبا بنظرية التعلم البسيطة المكونة من منبه واستجابة، وأصحاب هذه النظرية يقولون أن كل ما لدينا في عملية الاتصال هو مجموعة من الوسائل، أو رسالة يقدمها شخص ويدركها شخص آخر، بمعنى آخر هناك منبهات واستجابات، وهذا كل ما في الأمر. ونظرية التعلم البسيطة قد تفسر التعلم غير البشري عند الحيوان، ولكنها لا تفسر سلوك البشر. فالبشر يطوّرون توقعات، ولديهم المقدرة على تصور أنفسهم في حالات وظروف الآخرين النفسية، ولهذا لا نستطيع قبول الرأي الذي لا يعترف بوجود التقمص الوجداني، وأننا لا نستطيع أن نطور توقعات وتنبؤات، ذلك لأنه لا بد أن تحدث عملية تفسيرية من نوع ما قبل القيام بالاستجابة، وتطوير التوقعات يحتاج إلى موهبة من نوع ما، فنحن في حاجة إلى أن نفكر في الأشياء التي ليست أمامنا والتي لم نجربها، لكي يكون لدينا توقعات .[1]

ولكي نتحدث عن الأشياء غير المتوفرة، نحن في حاجة إلى أن نصنع تلك الرموز ونؤثر عليها، فالإنسان يختلف عن الحيوان في أنه يطور كلتا المهارتين التين حدثنا عنهما، فهو قادر على أدراك الرموز والتأثير عليها، كما أنه يستطيع أن يصنع الرموز لتخدم أغراضه، لهذا السبب يستطيع أن يعيد تقديم الأشياء غير الموجودة أمامه، أي تقديم ما ليس هنا وما لا يحدث الآن، ومن الواضح أن الإنسان لديه تلك المهارة، بالرغم من أن هناك اختلافات فردية بين الناس.

---

1 - نفسه.

2 - نظرية الاستنتاج :

تقول نظرية الاستنتاج في مجال التقمص الوجداني أن الإنسان يلاحظ سلوكه المادي مباشرة، ويربط سلوكه رمزيا بحالته السيكولوجية الداخلية، أي بمشاعره وعواطفه.. ومن خلال هذه العلمية ، يصبح لسلوكه الإنساني معنى، أي يصبح (لتفسيراته معنى). يطور الفرد مفهومه عن ذاته بنفسه على أساس ملاحظاته وتفسيراته لسلوكه الخاص .

وبمفهوم الذات، يتصل بالآخرين ويلاحظ سلوكهم المادي، وعلى أساس تفسيراته السابقة لسلوكه وما ارتبط من مختلف المشاعر والعواطف يخرج باستنتاجات عن حالة الآخرين السيكولوجية .بمعنى آخر، يقول لنفسه أنه إذا كان سلوكه يعكس كذا وكذا من المشاعر،إأذا قام شخص آخر بهذا السلوك فهو أيضا يعكس نفس المشاعر التي شعر بها حينما قام بهذا العمل.

هذا الرأي في التقمص الوجداني يفترض أن الإنسان لديه معلومات من الدرجة الأولى عن نفسه، ومن الدرجة الثانية عن الناس الآخرين. ويقول أن الإنسان لديه المقدرة على فهم نفسه، عن طريق تحليل سلوكه الذاتي، ومن هذا التحليل يستطيع الإنسان أن يخرج باستنتاجات عن الآخرين تقوم على أساس أن هناك تماثلاً بين سلوكهم وسلوكه .

ولنأخذ مثالاً لهذا، افترض أنك لاحظت أنك تقوم بدق المائدة بيدك كلما شعرت بالغضب، ثم شاهدت شخصاً أخر يدق بيده على المائدة، حينئذ سوف تستنتج من سلوكه أنه غاضب، أي أنك تستطيع ان تستنتج أحاسيسه الداخلية من : (أ) ملاحظة سلوكه، (ب) مقارنة سلوكه بسلوك مماثل أقدمت عليه وعبرت فيه عن غضبك .[1]

---

1 - راجع: F. C . Silva, Mead and Modernity. Science, Selfhood and Democratic Politics, Lanham: Lexington Books, 2008.

هذا هو الموقف الذي تأخذه نظرية الاستنتاج المتصلة بالتقمص الوجداني، منطلقة من الفرضيّات التالية:

1. أن الإنسان لديه معلومات من الدرجة الأولى عن أحاسيسه الداخلية، ويمكن أن تكون ليه معلومات من الدرجة الثانية عن أحاسيس الآخرين الداخلية .

2. أن الآخرين يعبرون عن أحاسيسهم الداخلية بالقيام بنفس السلوك الذي نقوم به للتعبير عن مشاعرنا.

3. أن الإنسان لا يستطيع أن يفهم الحالة الداخلية للآخرين، ما لم يجرب تلك الحالة بنفسه، فالإنسان لا يستطيع أن يفهم العواطف التي لم يشعر بها والأفكار التي لم تخطر بذهنه .

تقول نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني أن معلومات الإنسان عن نفسه هي معلومات من الدرجة الأولى، وكل المعلومات الأخرى هي معلومات من الدرجة الثانية.

وتشير الفرضيّة الثانية إلى أن كل الناس يعبّرون عن أحاسيسهم بسلوك واحد متشابه في مجموعه، وأن كل الناس يعنون نفس الأشياء بالسلوك الذي يقدمون عليه.

ولكن هذه الفرضيّة لا يمكن قبولها بشكل مطلق ، بل وكثيراً ما يفشل الاتصال بسبب هذا الاعتقاد، فنحن نفترض دائماً أن الشخص الآخر يعطي نفس المعنى الذي نعطيه لكلمة ما، وأن ابتسامة من شخص آخر تعبر عن نفس الحالة الداخلية التي تعبر عنها ابتساماتنا، وأن الآخرين يرون العالم بنفس الطريقة التي نراه بها، لمجرد أنهم يقومون بقدر كبير من السلوك المادي الذي نقوم به .[1]

1 - نفسه.

3 - نظرية أخذ الأدوار :

إذا افترضا أن معلومات الإنسان من الدرجة الأولى هي عن نفسه، أو أن الإنسان يكوّن مفهوماً معيناً عن ذاته قبل أن يتصل بالآخرين، نستطيع أن نفحص سلوك بعض الأفراد ونحاول أن نفسر نتائج ذلك السلوك على التقمص الوجداني .

إذا نظرنا إلى الطفل الرضيع وكيف يتصرف وكيف يطور قدراته على التقمص الوجداني، نجد أن المادة الرئيسية التي يلاحظها الطفل هي السلوك المادي أي الرسالة السلوكية، والطفل مثل أي شخص آخر يستطيع أن يلاحظ، ويقوم بسلوك عادي.. السؤال الآن هو كيف يطور الطفل تفسيراته عن ذاته وعن الآخرين ؟

إن أصحاب نظرية أخذ الأدوار يدّعون أن الطفل المولود حديثاً لا يستطيع أن يميز أو يفرق عن الآخرين ولكي يطور فكرته عن ذاته يجب أن ينظر الطفل أولاً إلى نفسه كشيء وأن يتصرف تجاه نفسه كما يتصرف تجاه الناس الآخرين، بمعنى آخر فكرة الذات لا تسبق الاتصال، بل تتطور من خلال الاتصال، الطفل الصغير يقلد كثيراً، فهو يلاحظ سلوك الآخرين ويحاول أن يقلد سلوكهم بقدر الإمكان، بعض السلوك الذي يقلده سلوك موجه إليه، فأمه تحدث أصواتا حين تتحدث في وجوده، ويبدأ الطفل في تقليد تلك الأصوات ووالده يحرك عضلات وجهه (يبتسم) في وجوده فيبدأ في تقليد حركات الوجه هذه .[1]

وبتقليد السلوك الموجه إليه يبدأ الطفل بنفسه في التصرف، كما يتصرف الآخرون نحوه، ولكن ليس لديه تفسير لتلك الأعمال أو التصرفات، وليس لتصرفاته معنى عنده، هذه هي بداية أخذ الأدوار وبداية تطوير الذات. وفي المرحلة الأولى من مراحل أخذ الأدوار يمارس الطفل فعلاً أدوار الآخرين بدون أن يفسرها، يقلد سلوك الآخرين، ويجازى على استجاباته التي يأخذ فيها أدواراً، فيترك

1 - محمد جاسم فلحي الموسوي، اتجاهات اعلامية معاصرة، مصدر سابق.

الاستجابات التي لا يرضى الآخرون عنها، في حين يستبقي الاستجابات التي حظيت بقبولهم.

وبتطور الطفل يزداد سلوكه الذي يأخذ فيه أدوار الآخرين، ويتصرف نحو نفسه بشكل متزايد، بنفس الطريقة التي يتصرف بها الآخرون نحوه، في نفس الوقت، يتعلم أن يصنع مجموعة من الرموز ويتحكم فيها، يصنع رموزاً لها معنى عنده وعند الآخرين، وحينما يزود الطفل بمجموعة من الرموز، يستطيع أن أ يبدأ في فهم الأدوار التي يأخذها، ويستطيع أن يفهم كيف سيتصرف الآخرون نحوه، كما يستطيع أن يبدأ فعلاً في وضع نفسه في أماكن الآخرين، وينظر إلى نفسه بالطريقة التي ينظر بها الناس إليه، وكثيراً ما نشاهد أطفالاً صغاراً يبلغون من العمر عامين أو ثلاثة يلعبون بإقامة حفلات شاي يتخيلونها، ونسمعهم يؤنبون بعضهم البعض، بصنع رسائل كانت قد وجهت إليهم، مثل احمد يجب ألا تفعل ذلك وألا حرمتك من الحلوى، أو لا يا زينب، ليست هذه هي الطريقة التي يجب أن تجلسي بها على المائدة .

حينما يتصرف الطفل بهذا الشكل، فهو ينظر إلى نفسه كمحور للسلوك، أي ينظر إلى نفسه على أنه شيء خارجي، فهو يلعب دور الوالدين، ويضع نفسه في مكان الوالدين، هذه هي المرحلة الثانية من مراحل اخذ الأدوار، وفيها يلعب الطفل أدوار الآخرين بفهم، وحينما ينضج الطفل يقوم بأدوار الآخرين الأكثر تعقيداً، وباستخدام الرموز يستنتج أدوار الآخرين ويحتفظ بتلك الأدوار في ذهنه، بدلاً من القيام بأدوار الآخرين مادياً، هذه هي المرحلة الثالثة من مراحل القيام بدور، وهي المرحلة التي يبدأ فيها الطفل في وضع نفسه في أماكن الآخرين رمزياً، بدلاً من وضع نفسه مكانهم مادياً .[1]

1 - نفسه.

وحينما يضع الطفل نفسه في مكان الأطفال الآخرين، يطور توقعات عن سلوكه الذاتي أي عما هو متوقع منه في هذه الظروف، ثم يتصرف بعد ذلك وفقاً لتلك التوقعات، كما يحددها أخذه لأدوار الآخرين، إذا قام بعمل جيد، وهو يأخذ الأدوار سيتفق سلوكه مع توقعات الآخرين وسيكافؤنه، وإذا لم يقم بما هو متوقع منه في اخذ الأدوار لن يكافئ، بل سيعاقبه الآخرون، وباستمرار، بالمساهمة في نشاط الجماعة، يمارس الطفل أدواراً كثيرة يقوم بها الآخرون، وفي قيامه بتلك الأدوار ينظر إلى نفسه كمتلقي، وكمحور للسلوك، وبالتدريج يبدأ في التعميم عن ادوار الآخرين، أي يبدأ في تكوين أفكار عامة عن الطريقة التي سوف يتصرف بها الآخرون، وكيف يفسرون وكيف يستجيبون عليه، ويسمى هذا مفهوم التعميم عن الآخرين، والتعميم عن الآخرين هو عملية تجريدية تقوم على ما يتعلمه الفرد عن الأدوار الفردية الشائعة التي يقوم بها الآخرون في جماعته .[1]

كل منا يطور ويعمم عن الآخرين، على أساس خبراتنا في ظروف اجتماعية معينة، وعلى أساس أدوار الآخرين المتتابعة التي نقوم بها، التعميم عن الآخرين يوفر لنا مجموعة من التوقعات عن الطريقة التي يجب أن نتصرف بها، هذا هو ما نعنيه بمفهوم الذات، أي أن مفهوم الذات عندنا هو مجموعة من التوقعات التي نعتنقها، عن الطريقة التي يجب أن نتصرف بها في ظرف معين، كيف نطور مفهوم الذات ؟.. أننا نطوره عن طريق الاتصال، وعن طريق أخذ أدوار الآخرين وعن طريق التصرف نحو الآخرين، كمحور للاتصال، وعن طريق تطوير تعميم عن الآخرين.

نظرية الاستنتاج تفترض وجود مفهوم الذات، وتقترح أننا نستطيع أن نتقمص وجدانيا باستخدام مفهوم الذات، لنخرج باستنتاجات عن حالات الآخرين

1 - نفسه.

الداخلية، وتقترح نظرية الاستنتاج أن مفهوم الذات يحدد كيف نتقمص وجدانيا، أما نظرية أخذ الأدوار فتعالج الموضوع من الناحية الأخرى تماماً .

فتقترح أن مفهوم الذات لا يحدد التقمص الوجداني بدلاً من ذلك، الاتصال يؤدي إلى مفهوم الذات، وأخذ الأدوار يسمح بالتقمص الوجداني، كلتا النظريتين تعطيان أهمية كبيرة لطبيعة اللغة والرموز المهمة في عملية التقمص الوجداني وتطوير مفهوم الذات .

إن الإنسان يستخدم كل تلك الأساليب في التقمص الوجداني، فالإنسان يبدأ بأخذ الأدوار، فكل منا يأخذ أدوار الآخرين، وكل منا يعمم عن الآخرين، والطريقة التي ننظر بها إلى أنفسنا يحددها مفهومنا أو أسلوبنا في التعميم عن الآخرين، والمضمون الاجتماعي الموجود وتوقعات الآخرين عن سلوكنا.[1]

4 -علم النفس في الفكر الاتصالي:

لقد خصصنا فصلا لعلم النفس لأهميته في فهم عمليّات الاتصال، واشكاليات البحث العلمي في مجالات الاتصال. يعتبر عالم الاجتماع الأمريكي دانييل لرنر أن المقدرة على التقمص الوجداني من الخصائص الأساسية اللازمة لانتقال المجتمع من الشكل التقليدي إلى الشكل الحديث[2]، ويفترض أن هذه الخاصية كانت تكتسب في الماضي بتحرك الأفراد مادياً وانتقالهم من مكان إلى أخر، واختلاطهم بالآخرين. في القرن العشرين أصبحت هذه الخاصية تكتسب أساساً عن طريق وسائل الإعلام والاتصال التي قامت بنقل العالم الخارجي إلى الأفراد الذين لم تتح

---

1 - راجع: Alain Lefebvre, Les réseaux sociaux, M21 Editions, Paris 2008.

2 - Harold D. Lasswell, Daniel Lerner and John D.Montgomery, Appraising Asian ExperienceValues and Development, (Eds.)Cloth , January 1977.

لهم الفرصة لكي يسافروا أو يتركوا مجتمعاتهم المحلية .

وقد ربط لرنر المقدرة على التقمص الوجداني بتسلسل تاريخي حدث في المجتمعات الغربية، فأشار في استعراضه لانهيار أو زوال المجتمع التقليدي في الشرق الأوسط " بناء على المادة التي جمعها له مركز الأبحاث التطبيقية في جامعة كولومبيا الأمريكية عن ست دول في الشرق الأوسط، وبناء على المادة التعليمية التي حصل عليها عن 54 دولة" على أن هناك مراحل محددة يمر بها المجتمع ليصل إلى المرحلة الحديثة، المدينة تتسع لتشمل القرى المجاورة، نسبة أكبر من الأفراد تتعلم القراءة، وتتعلم كيف تكون آراء، نسبة أكبر تشتري الصحف وتستمع إلى الراديو، ونسبة أكبر تكتسب القدرة على التقمص الوجداني أي تصور نفسها في مواقف وظروف الآخرين، ثم يتسع نطاق المساهمة السياسية والاقتصادية .

ونظرية لرنر مستخلصة من التاريخ، فقد وجد من استعراضه لتطور الديمقراطيات الغربية أن عملية التحضر أظهرت بعض التسلسل والخصائص التي يمكن أن نعتبرها عالمية، أي تحدث في جميع المجتمعات، ففي كل مكان حدث فيه الانتقال إلى المدن زادت نسبة المتعلمين، وزيادة نسبة المتعلمين رفعت نسبة من يتعرضون لوسائل الإعلام، وزيادة التعرض لوسائل الإعلام والاتصال سارت موازية لاتساع المساهمة الاقتصادية، أي الدخل القومي، والمساهمة السياسية أي الانتخاب، هذا التسلسل الذي حدث في الديمقراطيات الغربية هو حقيقة تاريخية، وقد صحب تلك التطورات التي تظهر في التطور التاريخي خاصية سيكولوجية هي مقدرة الأفراد على تصور أنفسهم في ظروف الآخرين، فقد تميز الغرب في مراحل تطوره الأولى بأنه كان يتسم بأوضاع غير ثابتة، فقد حدثت فيه هجرات مستمرة للوصول إلى أرض جديدة، يستطيع الناس أن يحققوا فيها ربحاً، وأصبح الأفراد الذين تركوا أوطانهم يتميزون بشخصيات متحركة، وبقدرة عالية على استيعاب الجوانب الجديدة في الظروف المحيطة . فقد تحركوا وهم مهيئون

ومجهزون لاستيعاب مطالب جديدة عليهم، يفرضها محيطهم الخارجي الجديد، أشياء قد لا يكونون قد جربوها من قبل، هذا الاستعداد جعلهم قادرين على التقمص الوجداني .

المجتمع التقليدي مجتمع لا يساهم أفراده في أوجه النشاط السياسي، والقرابة هي أساس التعامل فيه، وجماعاته الصغيرة منعزلة بعضها عن بعض، وعن المركز العاصمة، حاجات المجتمع التقليدي قليلة، فليس هناك تبادل تجاري بين أجزائه المختلفة، وبدون الروابط التي تنشأ نتيجة لاعتماد أجزاء المجتمع بعضها عن البعض يضيق أفق الأفراد، وتقل قدراتهم على التحليل، لأن اختلاطهم بالآخرين بسيط، إن لم يكن معدوماً لذلك فإدراك أفراد ذلك المجتمع للحوادث يقتصرعلى ما عرفوه من خبراتهم القليلة السابقة المحصورة في نطاق مجتمعهم الصغير، وهم غير قادرين على فهم ما لم يجربوه بشكل مباشر، كما أن معاملاتهم مقصورة على الأفراد الذين يتصلون بهم مباشرة في علاقاتهم الشخصية، لذلك لا تظهر الحاجة إلى المناقشة بين الأفراد والجماعات في الأمور العامة، التي تتصل بالدولة والنظريات السياسية، أي أن الفرد لا يحتاج للنقاش وتبادل الآراء لكي يتفق مع الآخرين الذين لا يعرفهم، كما أن المجتمع لا يحتاج إليه للوصول إلى الإجماع في الرأي حول الشؤون العامة، لأن تجربة الفرد محدودة بحدود النطاق المحلي جداً، ولا يستطيع ذهنه أن يتصور أنه ينتمي إلى دولة كبيرة .

وقد سأل لرنر في دراسته عينة مكونة من 1357 فرداً من الشرق الأوسط تسعة أسئلة فيها إسقاط مثل :

إذا كنت رئيساً للحكومة أو محرراً في جريدة أو مديراً لمحطة إذاعة، فما هي الأشياء التي كنت تفعلها ؟ وقد وجد لرنر أن الأفراد التقليديين يصابون بصدمة من هذا النوع من الأسئلة، ويتعجبون كيف توجه إليهم، أما الذين يتميزون بمقدرة على

التقمص الوجداني، فكانوا يتمتعون بشخصيات متحركة، وقد جعلهم ذلك أكثر قدرة على التعبير بآراء عن موضوعات في مجالات كثيرة.(1)

ولا شك أن وسائل الإعلام والاتصال هي التي زادت من مقدرة الأفراد على التحرك النفسي أو تخيل أنفسهم في مواقف لم يجربوها، وفي أماكن غير الأماكن التي اعتادوا رؤيتها، كما عودت أذهانهم على تصور تجارب أوسع من تجاربهم المباشرة المحدودة، وعلى تخيل مناطق لم يشاهدوها .

هذه الخاصية هي التي تميز الإنسان الذي يتغير في المجتمع المتطور، فهو عادة يتميز بشخصية متحركة لها مقدرة على التقمص الوجداني. وحينما يظهر عدد كبير من الأفراد لهم القدرة على التقمص الوجداني في مجتمع من المجتمعات، نعرف أن هذا المجتمع في سبيله إلى التطور السريع. فليرنر يرى أن التقمص الوجداني هو الخاصية التي تمكن العناصر الجديدة المتحركة Mobile من العمل بكفاءة في العالم المتغير، ويرى أنها مهارة لا غنى عنها للشعب الذي يتخلص من الإطار التقليدي، فالقدرة على التقمص الوجداني هي أسلوب الحياة السائد الذي يميز الأفراد في المجتمع الحديث، المجتمع الذي يتميز بصناعة متطورة، المجتمع الذي تعيش نسبة كبيرة من سكانه في المدن، المجتمع الذي ترتفع فيه نسبة التعليم، وتزداد نسبة الذين يساهمون من أفراده في الحياة السياسية .

بفضل وسائل الإعلام والاتصال أصبح في إمكان الفرد أن ينتقل من مكان إلى أخر نفسيا، أي أصبح في إمكانه أن يتخيل نفسه في ظروف غريبة وأماكن جديدة .

فبدلاً من أن ينتقل الأفراد مادياً من مكان إلى أخر، وهو أمر يتوفر لفئة قليلة فقط، ويكون من أسباب نموهم النفسي والذهني، تدخل وسائل الإعلام والاتصال جميع المناطق النائية منها والقريبة، في المجتمعات النامية، وتنقل الأفراد

---

1 - نفسه.

الذين لم يغادروا أبداً مكان مولدهم نفسيا إلى العالم الخارجي، وتنشّط خيالهم وتثير طموحهم، أي أن وسائل الإعلام والاتصال تنمّي القدرة على التقمّص الوجداني عند الأفراد، لأنها تجعل التحرك النفسي يحل محل التحرك المادي الفعلي. ونظراً لأن التحضر حالة ذهنية واستعداد للتغيير والتكيف، نجد أن وسائل الإعلام والاتصال، بمساعدتها على تغيير تطلعات الأفراد وآفاقهم، تقدم خدمة ضرورية لنمو المجتمع الحديث، وتطور المجتمع التقليدي. وقد انتشر التقمص الوجداني في وقتنا الحالي على نطاق واسع بفضل انتشار وسائل الإعلام والاتصال، بينما كانت الخبرة في الماضي تتوافر أساساً عن طريق الانتقال بوسائل المواصلات، من مكان إلى آخر، وأصبح الأساس اليوم هو الخبرة التي تنتشر عن طريق وسائل الإعلام والاتصال، وربما كان هذا هو السبب الذي دفعنا للحديث عن التقمص الوجداني في هذا الفصل.[1]

1 - نفسه.

IV - الفكر الاتصالي والتنمية

1 - المعرفة والاتصال و التنمية:

لقد أكّدنا في القسم السابق أن المعرفة موضوع أساسي لإنماء شخصية الانسان و تطوير سلوكه وتفعيل دوره في المجتمع . وهنا نبيّن العلاقة بين المعرفة و الاتصال، بمعنى بيان طبيعة العلاقة بين العمليات الإتصالية و المعرفة، أي إذا كان الإتصال هو عمليات، فكيف تقدم المعرفة من خلال هذه العمليات الإتصالية الى الانسان من أجل انمائه وتطوير سلوكه ونمط فعله في الوجود؟ وعليه يمكن بيان طبيعة العلاقة بين المعرفة والاتصال في الصيغ الآتية:

عن طريق الاتصال يكتسب الانسان اللغة وما تحمله من دلالات و معان و رموز للتعبيرعن عالم الأشياء والظواهر في الحياة. فيساعده على النمو في التفكير ويمثل المفاهيم المحتلفة لموضوعات الحياة وظواهرها.

وعن طريق الاتصال، يكتسب الانسان مفاهيم ومبادىء وقوانين وأدوار النظام الاجتماعي الذي يعيش فيه، فيتمكن من التفاعل معه والتكيّف لظروفه والعمل على الإنماء الاجتماعي في إطاره، دون ارتطام معه، بفضل القدرات المعرفية و الإدراكية التي يكتسبها عن طريق العمليات الاتصالية.

وعن طريق الاتصال يكتسب الانسان المعرفة المتصلة بالمفاهيم و المبادىء التي يقوم عليها العالم الطبيعي. وعن طريق هذه المفاهيم و المبادىء يزداد الانسان فهما ووعيا لهذا العالم، فيتمكن من تفسير الظواهر المختلفة فيه وإدراك قوانينها، والتحكم بها، و التنبؤ بما يمكن أن تكون عليه من سلوك في المستقبل.

وعن طريق الاتصال يستطيع الانسان أن يفهم المعرفة الدينية ويتعرف على موضوعاتها المختلفة، ويشكل علاقة وعي بينه و بين هذه المعرفة فيما يتعلق بتوحيد الله، و تشريعات المجتمع، وعبادة الخالق، ولولا العمليات الاتصالية بمعناها الواسع لانقطع الانسان عن هذا النوع من المعرفة الدينية التي جاءت الى المجتمعات الانسانية عن طريق الرسل والأنبياء.

و عن طريق الاتصال يمكن تقديم ما يستجد من معارف و مكتشفات علمية، من أجل تواصل الانسان مع المعرفة التي تقتضيها طبيعة الحياة والحاجات الحضارية و بهذا التواصل المعرفي الذي يقوم به الاتصال، فإن الانسان يستطيع أن يتوازن مع مستجدات الحياة المعرفية و يتكيف مع واقع البيئة الطبيعية والاجتماعية.

وعن طريق الاتصال، يمكن تحديد المعرفة كما ونوعا فضلا عن إثراء المعرفة بالابداعات و المستجدات، وذلك عن طريق العمليات الاتصالية التي تتناول الاهتمام بإحياء القدرات العقلية العليا في الانسان، وتتجاوز حدود المعرفة اللفظية والتركيز على وعي المعرفة بصورة نوعيه من أجل تمكين الانسان من القدرة على الفعل والإنجاز عن طريق تفعيل دوره الاجتماعي. إن وسائل الاتصال تمارس نفوذا قويا على الشؤون الانسانية. وتعزى القدرة على قولبة عقل الجمهور على نطاق واسع إلى التلفزيون والصحافة والأفلام الإذاعة ومجموعة كاملة من التقنيات الجديدة للإتصال.[1]

2 - الاتصال والتأثير الاجتماعي:

لقد شارك علماء الاجتماع والمؤرخون والسياسيون والجمهور العام بالإعتقاد

Mc Graw-Hill، Dominique Roux et Xavier Niel، Les 100 mots de l'internet، Puf/Que sais je?،-1 Paris 2010.

في قدرة وسائل الاتصال الجماهيرية على تحقيق تأثيرات سياسية و اجتماعية هامة. ولقد ركز العلماء المهتمون في وسائل الاتصال في السنوات الاخيرة على الوعي والمعلومات في عملية الاتصال، وأكدت الأبحاث على هذا الصعيد على التأثيرات الإجتماعية الهامة الناتجة من التعرض لوسائل الإتصال. و أن الناس يتعلمون بالفعل من الاتصال الجماهيري. وهم من خلال معرفة المعلومات الحقيقية حول الشؤون العامة وما يحدث في العالم يتعلمون مقدار ما يعطونه من الأهمية لمسألة أو موضوع ما من التوكيد الذي له وسائل الاتصال الجماهيرية.

وتؤكد الابحاث المتعلقة بتأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية، على ان تلك الوسائل تلعب دورا هاما في تشكيل حقيقتنا الاجتماعية من خلال اختيارنا للاخبار المواد الاعلامية الاخرى وعرضها. وتحدد وسائل الاعلام والاتصال الى درجة كبيرة المسائل المعرفية الهامة التي تثير اهتمام الافراد.

وهنا تكمن أعظم التأثيرات المعرفية لوسائل الاتصال، وهي في مقدرتها على ترتيب وتنظيم عالمنا : قد لا تكون وسائل الاتصال الجماهيري ناجحة في اخبارنا بما نفكّر فيه، ولكنها ناجحة جدا في اختيار ما الذي يجب أن نفكر فيه .[1]

ووظيفة وسائل الاتصال المعرفية يعود مفهومها إلى توجيه اهتمام الافراد الى الجوانب المعرفية للاتصال، وإلى الوعي والمعلومات. وتتعلق المعارف كذلك بمعرفتنا ومعتقداتنا عن الأشياء التي تثير اهتمامنا سياسية كانت أم إجتماعية أو أية أمور أخرى.

ونظـرا لاختـلاف ظـروف العـالم النامـي، وبخاصـة الـدول التـي ظهـرت للوجـود في منتصـف القـرن العشريـن، التـي تختلـف عـن الـدول المتقدمـة مـن حيـث الإمكانيـات

1 - راجع: عبد الوهاب محمد كامل ، سيكولوجيا السلوك الاجتماعي والإتصال ، جامعة طنطا، مصر1994.

المادية والاجتماعية، كان لا بد لهذه الدول من نموذج إعلامي يختلف عن النظريات الأساسية التي استعرضنا بعضها، ويناسب هذا النموذج أو النظرية أو الأوضاع القائمة في المجتمعات النامية، فظهرت النظرية التنموية في عقد الثمانينات، من القرن الماضي، وتقوم على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة "ماك برايد" حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث. هذه النظرية تخرج عن نطاق بعدي الرقابة والحرية كأساس لتصنيف الأنظمة الإعلامية، فالأوضاع المتشابهة في دول العالم الثالث تحد من إمكانية تطبيق نظريات الإعلام والاتصال التي أشرنا إليها في السابق، وذلك لغياب العوامل الأساسية للاتصال كالمهارات المهنية والمواد الثقافية والجمهور المتاح.

إن المبادئ والأفكار التي تضمنتها هذه النظرية تعتبر مهمة ومفيدة لدول العالم النامي، لأنها تعارض التبعية وسياسة الهيمنة الخارجية.

كما أن هذه المبادئ تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات. وعلى الرغم من أن هذه النظرية لا تسمح إلا بقدر قليل من الديمقراطية، حسب الظروف السائدة، إلا أنها في نفس الوقت، تفرض التعاون وتدعو إلى تضافر الجهود بين مختلف القطاعات لتحقيق الأهداف التنموية. وتكتسب النظرية التنموية وجودها المستقل من نظريات الاتصال الأخرى من اعترافها وقبولها للتنمية الشاملة والتغيير الاجتماعي.[1]

وتتلخص أفكار هذه النظرية في النقاط التالية:

أ- إن وسائل الإعلام والاتصال يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة.

ب - إن حرية وسائل الإعلام والاتصال ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها

1 - المرجع نفسه.

الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.

ج- يجب أن تعطي وسائل الإعلام والاتصال الأولوية للثقافة الوطنية واللغة الوطنية في محتوى ما تقدمه.

د- إن وسائل الإعلام والاتصال مدعوة إلى إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافيا وسياسيا وثقافيا.

هـ - إن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الاتصال لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار.

و- إن للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية.[1]

-3 نظرية المشاركة الديمقراطية:

تعد هذه النظرية أحدث إضافة لنظريات الإعلام وأصعبها تحديداً، فقد برزت هذه النظرية من واقع الخبرة العملية كاتجاه إيجابي نحو ضرورة وجود أشكال جديدة في تنظيم وسائل الإعلام، فالنظرية قامت كرد فعل مضاد للطابع التجاري والاحتكاري لوسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة، كما أن هذه النظرية قامت رداً على مركزية مؤسسات الإذاعة العامة، التي قامت على معيار المسؤولية الاجتماعية، وتنتشر بشكل خاص في الدول الرأسمالية.

فالدول الأوروبية التي اختارت نظام الإذاعة العامة، بديلاً عن النموذج التجاري الأمريكي كانت تتوقع قدرة الإذاعة العامة على تحسين الأوضاع الاجتماعية والممارسة العاجلة للإعلام، ولكن الممارسة الفعلية لوسائل الإعلام أدت إلى حالة من الإحباط وخيبة الأمل بسبب التوجه النخبوي لبعض منظمات

1 - "الاتجاهات النظرية الحديثة في سوسيولوجيا التنمية"، عزيزة خرازي، الحوار المتمدن - العدد: 2175 ، 2008 / 1 / 29.

الإذاعة والتلفزيون العامة، واستجابتها للضغوط السياسية والاقتصادية ولمراكز القوى في المجتمع، كالأحزاب السياسية ورجال المال ورجال الفكر.

ويعبر مصطلح "المشاركة الديمقراطية" عن معنى التحرر من نظام الأحزاب والنظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية، والذي أصبح مسيطرا على الساحة ومتجاهلاً للأقليات والقوى الضعيفة في هذه المجتمعات، وتنطوي هذه النظرية على أفكار معادية لنظرية المجتمع الجماهيري، الذي يتسم بالتنظيم المعقد والمركزية الشديدة ،والذي فشل في توفير فرص عاجلة للأفراد والأقليات في التعبير عن اهتماماتها ومشكلاتها.(1)

وترى هذه النظرية أن نظرية الصحافة الحرة (نظرية الحرية) فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تجردها أو تفرغها من محتواها، وترى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها بمركزية الدولة، ومن منظور نظرية المشاركة الديمقراطية فإن التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام لم يمنع ظهور مؤسسات إعلامية تمارس سيطرتها من مراكز قوى في المجتمع، وفشلت في مهمتها وهي تلبية الاحتياجات الناشئة من الخبرة اليومية للمواطنين أو المتلقين لوسائل الإعلام والاتصال. (2)

وهكـذا فـأن النقطـة الأساسـية في هـذه النظريـة تكمـن في الاحتياجـات والمصالـح والآمـال للجمهورالـذي يسـتقبل وسـائل الإعـلام والاتصـال. وتركّـز النظريّـة عـلى اختيـار وتقديـم المعلومـات المناسـبة وحـق المواطـن في اسـتخدام وسـائل الاتصـال مـن أجـل التفاعـل والمشـاركة عـلى نطـاق صغـير في منطقتـه ومجتمعـه. وترفـض هـذه

---

1 - راجع: تشارلز. ر. رايت، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، ترجمة: محمد فتحي، دار المعارف، القاهرة 1983.

2 - راجع: مي العبدالله، الاتصال والديمقراطية، دار النهضة العربية، بيروت 2006.

النظرية فكرة المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام والاتصال، ولكنها تشجّع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع. ووسائل الإعلام والاتصال التي تقوم في ظل هذه النظرية سوف تهتم أكثر بالحياة الاجتماعية وتخضع للسيطرة المباشرة من جمهورها، وتقدم فرصا للمشاركة على أسس يحددها الجمهور بدلا من المسيطرين عليها.

وتتلخص الأفكار الأساسية لهذه النظرية في النقاط التالية: [1]

1•إن للمواطن الفرد والجماعات والأقليات حق الوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها ولهم الحق كذلك في أن تخدمهم وسائل الإعلام طبقا للاحتياجات التي يحددونها.

2• إن تنظيم وسائل الإعلام ومحتواها لا ينبغي أن يكون خاضعا للسيطرة المركزية القومية.

3• إن سبب وجود وسائل الإعلام والاتصال في الأصل هو لخدمة جمهورها وليس من أجل المنظمات التي تصدرها هذه الوسائل أو المهنيين العاملين بوسائل الإعلام والاتصال.

4• إن الجماعات والمنظمات والتجمعات المحلية ينبغي أن يكون لها وسائلها الإعلامية.

5• إن وسائل الإعلام والاتصال صغيرة الحجم، والتي تتسم بالتفاعل والمشاركة أفضل من وسائل الإعلام المهنية الضخمة التي ينساب مضمونها في اتجاه واحد.

6• إن الاتصال أهم من أن يترك للإعلاميين أو الصحفيين.

باختصار، إذا كانت نظريات الإعلام الغربية قد ركزت على الحقوق والحريات

1 - نفسه.

والتأثيرات السياسية لوسائل الإعلام والاتصال، فأن النظريات التي اهتمت بتفسير واقع الأنظمة الإعلامية في دول العالم الثالث أو الدول النامية، قد ركزت على طبيعة الدور الذي ينبغي أن تسهم به وسائل الإعلام في تحقيق التنمية الشاملة والمستقلة.

4 - نظريّات الاتصال والعالم العربي :

صحافة التنمية كما يعرفها "ليونارد سوسمان" هي تركيز الصحفيين الموضوعيين على أخبار أحدث التطورات في مجالات التنمية المختلفة، الأمر الذي يؤدي إلى نجاح التنمية الاقتصادية وتحقيق الوحدة الوطنية.(1)

وتتطلب صحافة التنمية من الصحفي أن يتفحص بعين ناقدة ويقيّم ويكتب عن مدى ارتباط المشروع التنموي بالحاجات المحلية والقومية، ويتفحص الاختلافات بين الخطة وتطبيقها، والاختلاف بين آثارها على الناس في تصريحات المسئولين وبين آثارها الفعلية. ونلاحظ هنا التناقض بين الاستخدام الحكومي للصحافة في خدمة التنمية، وبين الدور الرقابي للصحافة في ظل السيطرة الحكومية بتراجع النقد وتتحول أخبار التنمية إلى دعاية سياسية للحكومة وقيادتها.(2)

ووفق هذه النظرية تتلخّص مهام وسائل الإعلام والاتصال في عملية التنمية في النقاط التالية:

أ- تشكيل اتجاهات الشعب وتنمية هويته الوطنية.

1- Leonard Sussman، Press Freedom in Our Genes: A Human Need، World Press Freedom Committee، 2001.

2 - نفسه.

ب- مساعدة المواطنين على إدراك أن الدولة قد قامت بالفعل على أداء التزاماتها على الوجه الأكمل.

ج- انتهاج سياسات تقررها الحكومة بهدف المساعدة في تحقيق التنمية الوطنية.

د- تشجيع المواطنين على الثقة بالمؤسسات والسياسات الحكومية مما يضفي الشرعية على السلطة السياسية ويدعم مركزها.

هـ - الإسهام في تحقيق التكامل السياسي والاجتماعي من خلال تجنب الصراعات السياسية والاجتماعية وإحباط أصوات التشرذم والتفرقة والتخفيف من التناقضات في القيم والاتجاهات بين الجماعات المتباينة.

و- المساعدة في الاستقرار والوحدة الوطنية وتغليب المصلحة الوطنية على المصلحة الذاتية.

ز- إبراز الإيجابيات وتجاهل السلبيات وتقليل حجم النقد إلى حجمه الأدنى.

وتأسيساً على ذلك، تبرز قضية سوء استخدام صحافة التنمية خاصة في إطار الاحتكار الحكومي للصحف، حيث تتحول طاقات الصحف لخدمة هدف تدعيم مركز السلطة السياسية وتصبح أهداف التنمية الوطنية ذات أهمية ضئيلة. وتتحول حرية الصحافة كما يشير "جراهام مايتون" لتبدو نوعاً من الترف الفكري في نظر المتحمسين لمفهوم صحافة التنمية، ويوضح فاروق أبو زيد أنه في الدول العربية التي ادعت ضرورة توجيه الصحافة لخدمة التنمية والقضايا القومية، انتهى الأمر بتوظيف الصحف لتدعيم النظام السياسي الحاكم والترويج لأفكاره والدفاع عن سياساته.[1]

وهكـذا فلـم تلـبِ هـذه النظريـة واقـع الأنظمـة الاتصاليـة في دول العـالم الثالـث،

---

1 - راجع: مجموعة من المؤلفين، الديمقراطية والتنمية الديمقراطية في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 2004.

الأمر الذي يؤكد الضرورة إلى صياغة نظريات جديدة من إنتاج مفكري العالم الثالث، بحيث تخاطب الواقع بمفهومه وتعقيداته المتشابكة.

وظهرت نظرية التبعية الإعلامية في دول أمريكا اللاتينية، في حقبة ما بعد الاستقلال، كرد فعل لإخفاق نظريات التحديث الغربية في تفسير أسباب التخلف في الدول النامية، وتتلخص في أن ما تقدمه الدول الصناعية من تكنولوجيا إعلامية وأنظمة وممارسات مهنية إعلامية ومواد وبرامج إعلامية للدول النامية لاستهلاكها يعمل على صنع وتعميق التبعية الإعلامية لهذه الدول، وزيادة اعتمادها على الدول الصناعية المتقدمة

ويقول أهم المجتهدين في هذه النظرية وهم شيلر وماتلار وبويد باريت، أن هذه التكنولوجيا والأنظمة والممارسات الإعلامية المنقولة من دول العالم المتقدم تعمل على تشويه البنيات الثقافية في دول العالم النامي، وتسهم في إحداث سلبيات عديدة مثل خلق الثقافة المهجنة والتغريب الثقافي والغزو الثقافي. وفي هذا الإطار جاءت جهود منظمة اليونسكو التي أسهمت في تقديم منظور نقدي يتميّز بالشموليّة والموضوعية في محاولة لتجاوز الرؤى الجزئية التي تسعى إلى تسييد الرؤية الغربية في الإعلام والاتصال، مما ترتب عليه تجاهل وإغفال الحقوق الاتصالية لشعوب الجنوب. ولقد حرصت لجنة "ماكبرايد" على طرح تصور شامل يتضمن رؤية ومطالب دول الجنوب في مجال الاعلام و الاتصال، حيث أبرز تقريرها ضرورة المبادرة إلى تطوير المفهوم التقليدي السائد عن سياسات الاتصال، والعمل على تغيير الهياكل الاتصالية السائدة، والأخذ بالنظام المفتوح في الاتصال الذي يتيح إشراك الجماهير في العملية الاتصالية[1].

1- Armand Mattelart، Histoire de la société de l'information، La Découverte، coll. Repères، Paris2001.

وتكشف لنا النظرة المتعمقة لتجارب العالم الثالث حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والاتصال في تشكيل اتجاهات الرأي العام بصورة خادعة ومضللة ومستهدفة في الأساس إضفاء الشرعية على السياسات الاستبدادية للسلطات السياسية الحاكمة، واعتمادها على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي تتحكم فيها الشركات متعددة الجنسيات، إلى جانب القوى المحليّة ذات النفوذ السياسي والاقتصادي.

نخلص مما سبق إلى أن نظرية التبعية الإعلامية قد أعطت اهتماماً متزايداً للأبعاد الثقافية والتاريخية والدولية في تفسيرها للعلاقة بين وسائل الإعلام والاتصال والسلطة السياسية ودورها في إطار التبعية الإعلامية والغزو الثقافي.

إلا أنه يؤخذ عليها مبالغتها في تقدير أهمية المتغيرات الخارجية وتأثيرها في الأنظمة والسياسات الاتصالية لدول العالم الثالث، الأمر الذي يقلل كثيراً من أهمية المتغيرات الداخلية.

فبالرغم مما تمثله الضغوط الدولية من أهمية، إلا أن صياغة السياسات الإعلامية مسؤولية وطنية في المقام الأول، ويفترض فيها أن تعكس الإرادة الشعبية تصون الذاتية الثقافية.

وأياً كان الأمر، فإن نظرية التبعية الإعلامية في حاجة إلى جهود جديدة لمراجعتها على ضوء المتغيرات الدولية التي برزت في أواخر الثمانينيات، ابتداءً بانهيار الشيوعية وسقوط القطبية الثنائية ومروراً بالنظام العالمي الجديد، وما سمي بعولمة الاقتصاد والسياسة، وانتهاءً بالثورة التكنولوجيا في عالم الاتصال، والحديث عن عولمة الثقافة وصراع الحضارات.

ويمكننا أن نحدد الأنظمة الإعلامية السائدة في العالم الثالث على النحو التالي:

1 - نظام إعلامي يقع تحت سيطرة الدولة في إطار مفهومي التنمية والوحدة

الوطنية والرقابة تكون صارمة على المضمون.

2 - نظام إعلامي موجه من الدولة: تكون الوظيفة الأساسية للصحافة تعبئة الجماهير من أجل التنمية وتدعيم الوحدة الوطنية فتحل المسؤولية القومية محل المسؤولية الاجتماعية.

3 - نظام إعلامي مستقل تتمتع فيه الصحافة بقدر من الحرية بعيداً عن التدخل المباشر للحكومة وتستطيع الصحافة في ظله أن تظهر استقلالية عنيفة في مواجهة الضغوط الحكومية. ولعل هذا التصنيف أكثر مرونة في تصنيف الأنظمة الإعلامية في العالم الثالث، فمن الصعب إخضاعها لتصنيفات جامدة نظراً لما تتضمنه من تناقضات وتعقيدات.

وتنفرد الصحافة العربية بموروث سلطوي فريد بحكم نشأتها في أحضان السلطة، وتطبيق ما أحدثه الاستعمار وخلفه من قيود وممارسات معادية لحرية الصحافة. وقد أنعكس هذا الموروث السلطوي بشكل واضح على التشريعات والسياسات والممارسات لدرجة التطابق بين الأنظمة الصحفية والأنظمة السياسية، والتعامل مع ما ينشر في معظم الصحف العربية على أنه يمثل وجهات النظر الرسمية للحكومات العربية. وسنحاول تحديد أبرز ملامح الأنظمة الصحفية العربية من خلال بعض الدراسات التي تناولت قوانين المطبوعات والصحافة العربية والعلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية وتطور الصحافة العربية خلال مرحلتي الاستعمار والاستقلال، ففي دراسة فاروق أبو زيد للأنظمة الصحفية العربية التي اعتمدت تحليل مضمون 16 قانون للمطبوعات في بلدان عربية مختلفة ،خلصت الدراسة إلى أن النظام الصحفي السلطوي يشكل الاتجاه الغالب على الأنظمة الصحفية العربية إلا أنه لا يوجد نظام صحفي عربي نقي، حيث تتداخل خصائص الأنظمة الليبرالية والسلطوية والاشتراكية نتيجة الخلط القائم

في الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات العربية.[1]

وفي محاولة لتطبيق نظريات الصحافة الغربية على واقع الصحافة العربية يتوصّل الباحثون إلى أن هناك كثيراً من أوجه الشبه بين النظرية السلطوية وممارسات الصحافة العربية، وعلى الرغم من وجود بعض التشابه بين النظرية الاشتراكية وبين الأوضاع الإعلامية العربية إلا أنها ترى أنه من العسير أن لم يكن من المستحيل تعميم هذه النظرية.

أما النظرية الليبرالية فأنها لا تصلح للتطبيق على الصحافة العربية ولا تلائم الواقع السياسي والاقتصادي العربي الراهن حيث تسود الأمية والفقر والتخلف الاجتماعي مع شيوع الأنظمة الأوتوقراطية المتسلطة.[2]

إن النظام الصحفي السلطوي هو النظام السائد في الوطن العربي، حيث يبرز إحتكار السلطة السياسية للنشاط الإعلامي والصحفي ولا تتسع أغلب الصحف العربية إلا لوجهات النظر الرسمية والارتفاع بمكانة صانع القرار المركزي والترويج لسياسات السلطة والتشكيك في الخصوم أو المعارضين السياسيين وتشويه صورتهم أمام الرأي العام.

وبالنسبة لدور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، هناك فجوة حقيقية بين النظامين السياسي والاتصالي، وأن هذه الفجوة لا تلغي التبعية، وأرجع هذه الفجوة إلى ميل النظام الاتصالي إلى الإثارة والمبالغة وعدم القدرة على التعبير عن الرأي العام، وغياب المعلومات الموثوق بها من جانب السلطة السياسية وعدم اهتمام صانعي القرارات بقراءة ما تنشره الصحف والنظر إلى

1 - مجموعة من المؤلفين، الديمقراطية والتنمية الديمقراطية في الوطن العربي، المرجع نفسه.

2 - عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الاعلامية والثقافية في العالم الثالث، سلسلة عالم المعرفة، الكويت 1984.

الاستجابة لمطالب نظام الاتصال على أنه ضعف من السلطة السياسية.[1]

إن أزمة حرية الإعلام والصحافة في الوطن العربي لا تنفصل عن أزمة الديمقراطية حيث تسود الأنظمة السلطوية التي تضع كل السلطات في يد رئيس الدولة سواء كان ملكاً أو رئيساً أو سلطاناً أو أميراً، وفي غياب التنظيمات السياسية الشعبية والديمقراطية وفي إطار عدم التوازن بين السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية، تحولت معظم الصحف العربية إلى أجهزة حكومية مهمتها الدعاية لأنظمة الحكم وتعبئة الجماهير وحشدها لتأييد سياساتها وممارساتها.

ورغم ما شهدته بعض الدول العربية من تحول إلى نظام التعددية السياسية والصحفية، إلا أن الأنظمة الصحفية في تلك الدول لم تتحرر حتى الآن من تراث النظرية السلطوية، حيث تهيمن الحكومة على الصحف المركزية الرسمية، وتمارس أشكالاً مختلفة من التنظيم والسيطرة مثل التحكم في تراخيص إصدار الصحف وتعيين رؤساء التحرير وتوجيه السياسات التحريرية والتحكم في تدفق المعلومات والإعلانات، علاوة على القيود القانونية التي تجيز مراقبة الصحف ومصادرتها وتعطيلها وحبس الصحفيين إذا تجاوز حق النقد الحدود المرسومة له.

وإن كان من الطبيعي أن تسود أنظمة صحفية سلطوية في تلك الدول ذات أنظمة الحكم الوراثية والأوتوقراطية، فأنه من غير المقبول أن تستمر المفاهيم الصحفية السلطوية في تلك الدول التي تأخذ بالتعدد الحزبي وتتبنى المفاهيم الإعلامية والصحفية الحديثة.

وتبقى نظريّة هامة، تستخدم كثيرا في نقد وسائل الاعلام و الاتصال في العالم العربي و هي نظريّة حارس البوابة. بناء على هذه النظريّة، تمر الرسالة بمراحل

-1 نفسه.

عديدة، وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي. وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، أي وفقاً لاصطلاحات هذه النظرية، فأن المعلومات في عملية الاتصال هي مجرد سلسلة تتصل حلقاتها.

وأبسط أنواع السلاسل هي سلسلة الاتصال المباشر المواجهي، من فرد إلى آخر، ولكن هذه السلاسل في حالة الاتصال الجماهيري تكون طويلة ومعقدة جداً، لأن المعلومات التي تدخل شبكة اتصال معقدة مثل الجريدة، أو محطة الإذاعة أو التلفزيون، عليها أن تمر بالعديد من الحلقات أو الأنظمة المتصلة، فالحدث الذي يحدث في العراق مثلاً، يمر بمراحل عديدة قبل أن يصل إلى القارىء في أمريكا أو أوروبا أو الشرق الأوسط. ونجد قدر المعلومات التي تخرج من بعض تلك الحلقات أو الأنظمة أكثر مما يدخل فيها، لذلك يسمّيها شانون "أجهزة تقوية"[1]. فأجهزة التقوية، أي وسائل الأعلام والاتصال، تستطيع أن تصنع في نفس الوقت عدداً كبيراً جداً من الرسائل المتطابقة، مثل نسخ الصحف، وتوصلها للجمهور. كما توجد في هذا النوع من السلاسل شبكات معينة من الأنظمة داخل الأنظمة، فوسائل الإعلام والاتصال نفسها هي شبكات من الأنظمة المتصلة بطرق معقدة، بحيث تقوم بوظيفة فك الرموز أو الشيفرة والتفسير وتخزين المعلومات، ثم وضعها مرة أخرى في رموز، وهي الوظيفة التي يؤديها كل القائمين بالاتصال. كذلك فإن الفرد الذي يتلقى رسائل وسائل الأعلام والاتصال هو جزء من شبكة علاقات موجودة داخل الجماعة، ويعاون أُسلوب عمل هذه الشبكة واقع المجتمع الذي ترتفع فيه نسبة المتعلّمين ودرجة التصنيع، حيث يزداد اعتماده على "سلاسل" وسائل الأعلام والاتصال، أمّا المجتمع الذي تنخفض فيه نسبة

Raymond W. Yeung، Information Theory and Network Coding Springer، 2008، 2002. - 1

المتعلمين ودرجة التصنيع، فتنتقل فيه غالبية المعلومات عن طريق "سلاسل" الاتصال الشخصي.[1]

ومن الأمور الجديرة بالملاحظة أنه في المجتمعات التي تخضع فيها وسائل الأعلام والاتصال للسيطرة القومية، يبدأ الأفراد في التشكيك في صدق ما تنشره هذه الوسائل. لذلك تصبح "سلاسل" الاتصال الشخصي المواجهي، من فرد إلى فرد، مهمة جداً، وطويلة جداً، وتتطور بجوار "سلاسل" وسائل الأعلام الجماهيرية. وفي هذه الحالة نجد أن "سلاسل" الاتصال الشخصي، التي تنقل الإشاعات والأقاويل والمعلومات الخفية، بجميع أنواعها، من فرد إلى فرد، تقوم بالرقابة على وسائل الأعلام، وتكملة نواحي النقص فيها.

ويجب أن نعرف كيف تعمل "سلاسل" الاتصال، وكيف تنتقل المعلومات في جميع أنحاء المجتمع، فمن الحقائق الأساسية التي أشار أليها الباحثون أن هناك، في كل حلقة، ضمن السلسلة، فرد ما، يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها، سينقلها أو لن ينقلها، وما إذا كانت تلك الرسالة ستصل إلى الحلقة التالية، بنفس الشكل الذي جاءت به، أم سيدخل عليها بعض التغييرات والتعديلات. [2]

و"حراسة البوابة" تعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال، بحيث تصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار، فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الوسيلة الإعلامية، ومنها إلى الجمهور. يقول لوين أن المعلومات تمر بمراحل مختلفة حتى تظهر على صفحات الجريدة أو

---

1 - نفسه.

2- C.Sansone، C. C. Morf، A. T. Panter، The Sage Handbook of Methods in Social Psychology، Sage 2003.

المجلة أو في وسائل الأعلام الإلكترونية، وقد سمّى لوين هذه المراحل "بوابات"، وقال أن هذه البوابات تقوم بتنظيم كمية أو قدر المعلومات التي ستمر من خلالها، وقد أشار لوين إلى أن فهم وظيفة "البوابة" يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها "حارس البوابة".[1]

بمعنى آخر، هناك مجموعة من حراس البوابة يقفون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات، ويتمتع أولئك الحراس بالحق في أن يفتحوا البوابة أو يغلقونها أمام أي رسالة تأتي إليهم، كما أن من حقهم أجراء تعديلات على الرسالة التي ستمر،على سبيل المثال، يستطيع أي فرد أن يقرر ما إذا كان سيكرر أو يردد إشاعة معينة أو لا يرددها.

ونحن نعلم أن الإشاعات حينما تنتقل من فم إلى فم تطرأ عليها، في الغالب، بعض التغييرات وتتلون بالاهتمامات الخاصة للفرد الذي يقوم بنقلها أو بمعلوماته. وحينما تطول السلسلة، نجد أن بعض المعلومات التي تخرج من نهايتها لا تشبه المعلومات التي دخلتها في البداية، إلا في نواح قليلة.[2]

من الواضح أن حارس البوابة الذي يقول "نعم" أو "لا" بشأن الرسائل التي تصله، على طول السلسلة، يلعب دوراً مهماً في الاتصال الاجتماعي، وبعض حراس البوابة أهم من غيرهم، فنجد أن نسبة كبيرة جداً من السلاسل تركز الضوء على بعض الأفراد في المجتمع، ممن يمكن أن يكون لهم نفوذ أو قادة الرأي أو الصفوة الذين يتميّزون عن الآخرين بأنهم يقرأون أكثر، ويطّلعون على وسائل الإعلام أكثر، ولهم اتصالات شخصية أوسع من الآخرين، وهو أمر له أهمية

P. J. Shoemaker، Media Gatekeeping، In M. B. Salwen & Stacks، D.W.، An integrated approach-1 to communication theory and research. Mahwah، Ed.Lawrence Erlbaum Associates، N.Y 1996.

2 - نفسه.

خاصة لأن هؤلاء الأفراد يتمتعون باحترام كبير، ويعتبر أولئك الأفراد بدورهم "حراس بوابة".

وفي السلاسل الإخبارية، يتلقّى المحرر في وكالة الأنباء والمحرر في الجريدة اكبر عدد من البرقيات الإخبارية، وهما مسؤولان عن اتخاذ أكبر عدد من القرارات. ولهذا يصبح لأمانة ذلك المحرر وموضوعيته ومستوياته الإخبارية والمهنية، أهمية خاصة، كذلك بالنسبة لقادة الرأي، فإن اتساع معرفتهم وتنمية قدراتهم لها أهمية كبيرة، لأن لهم دورا مهماً في تحديد ما يعرفه الرأي العام.[1]

1- W. L Bennett، Gatekeeping and press-government relations: A multi-gated model of news construction، In L. L. Kaid، Handbook of political communication research، Ed.Mahwah Erlbaum، N.Y 2004.

الفصل الرابع:

الرهانات الإبستمولوجية لأبحاث الإعلام و الاتصال

تمهيد

I - الأصول الفلسفيّة للبحث

II – إشكاليّة التعرف إلى البحث العلمي

III - رهانات الصورة

IV - المعنى و الخطاب الإعلامي

تمهيد:

إن عملية اختيار المنهج المناسب للقيام بأية دراسة تخضع دائما لإشكاليّة الموضوع الذي يريد الباحث دراسته. وهذا يعني أن بعض الدراسات يحتاج موضوعها أو إشكاليتها البحثية الى إجراء الدراسة الميدانية بكل وسائلها، وإلى الإختبارات الاحصائية، كموضوع البحث في العلاقة بين التعرض الجماهيري للإعلان التلفزيوني ودرجة الإقبال على شراء سلعته، وبعض الدراسات الأخرى تكتفي بوسيلة أو وسيلتين فقط من لبحث الميداني.

إن الفصل بين المنهجين في القسم لا يقصد به قصر موضوع أية دراسة على أحدهما، فكما أن الباحث يستطيع أن يقصر دراسته على استخدام منهج واحد، إلا انه يمكنه أيضاً أن يستخدم منهجيّات عديدة لاجراء البحث و الوصول الى المعلومات المطلوبة. ولعل أقرب الأمثلة الى ذلك، لجوء الكثير من البحوث الى استخدام المنهج الكيفي في جزء من الدراسة عند الحديث عن الاطار النظري لها، وتطبيق المنهج الكمي في جزء آخر منها، لإجراء الجانب الميداني أو التطبيقي. بل إن الباحث قد يستعين بمعلومات كيفية لشرح نتائج كمية او العكس، كما هو الحال في مرحلة تفسير النتائج، والربط بينها وبين الدراسات أو الابحاث السابقة.

يجب أن يدرك الباحثون الجدد هذه النقطة المنهجيّة الهامة، و هي أنّه لا يوجد مناهج منزّلة، أو منهج ملزم للبحث، وإنما إشكاليّة البحث هي التي تفرض على الباحث إعتماد هذا المنهج أو ذاك، وهذه الوسيلة أو تلك. ولبحوث الاعلام و الاتصال خصوصيّتها المنهجيّة كما سنوضّح في هذا الفصل.

I- الأصول الفلسفيّة للبحث

لقد أوضحنا في فصل سابق كيف أن البحث العلمي على أهميته، ليس المصدر الوحيد لاستنباط المعرفة والوصول اليها، إذ إن هناك طرق عديدة إستطاع الانسان من خلالها الوصول إلى حقيقة الاشياء وكنهها. بل إن من تلك المصادر ما هو قطعي الثبوت في إيصال المعلومة وإيضاح حقيقة الأمور، ويجب التسليم بصحة ما ورد فيها دون قيد أو شرط أو حاجة الى التحقق من محتواها.

وبيّنّا سابقا أن قدماء الفلاسفة كانت لهم أساليب مميزة في التوصل الى المعرفة، مثّلت، ولفترة طويلة من الزمن، أسلوباً من أساليب تفسير الاشياء والتعرف على خفاياها. من أهم تلك الأساليب طريقة أرسطو في دراسة الظواهر وشرحها التي اعتمد فيها بشكل أساسي على أسلوب الاستنتاج. [1]

والمقصود بالاستنتاج Deduction، كما أوضحنا، هو استخدام العموميات للوصول الى حكم على الجزئيات، بمعنى أن ينتقل الباحث في تقرير نتائج دراسته "من المقدمات الى النتائج، فإذا قبل الشخص صحة المقدمات فإنه يقبل صحة النتائج"[2]. مثال ذلك أن يرى أحد الأشخاص أن وسائل الإعلام والإتصال خطرة على السلوك، وبما أن التلفزيون مثلا، وسيلة إعلامية، يقرر بأن التلفزيون

---

1 - عبيدات ذوقان وعبد الرحمن عدس وكايد عبد الحق، البحث العلمي: مفهومه- أدواته- أساليبه، دار الفكر، الأردن1989، ص 30.

2 - Patton، M.، Qualitative Evaluation and research methods، 2nd ed، Sage Publication، London1990، p. 44.

خطر على سلوك الانسان. ونظراً لما لهذا الأسلوب من السلبيات، من أهمها عدم الدقة والتسرّع في الحكم، طوّر فرنسيس بيكون أسلوباً آخر يعاكس أسلوب الاستنتاج، يسمّى بالاستقراء Induction، وهويعرف بتتبع الباحث الجزئيات للوصول منها الى حكم كلي. ويشيع هذا النوع بصورة أساسية في الدراسات الكيفية أكثر من نظيراتها الكمية[1].

ولا يفوتنا هنا القول بأن عدداً كبيراً من علماء الاسلام كانوا سباقين الى تقنين وتطوير أساليب بحثية دقيقة سبقوا بها غيرهم بمن فيهم بيكون (القرن السابع عشر)، في رسم أسس بحث علمي يلبّي حاجاتهم في الأمور التي لا يمكن القطع بثبوتها، وذلك كما فعل علماء الحديث الذين فطنوا الى ضرورة وضع آلية مقننة تمكنهم من تصنيف الأحاديث الى فئات متعددة تحدد مستواها ودرجات صحتها [2].

إذن، يتضمن حقل الأبستمولوجيا معنى العلم بالعلم، ومعنى العلم بالنظريات والمناهج العلمية، فعدد من العلماء ينفصلون عن العلوم، وعن النظريات والمناهج العلمية، ويأخذون مسافة منها، ويدرسونها عن بعد.

"الابستمولوجيا هي الدراسة النقدية للعلوم الدقيقة والإنسانية، وهي كذلك دراسة تكوين المعرفة العلمية وظروفها"[3]، و"تهتم الإبستمولوجيا بدراسة تاريخ ومناهج ومبادئ العلم" [4] .

---

1 - M.Defleur & R. Dennis، Understanding mass communication ، thed،

Houghton Mifflin company، Boston 1991، p. 482.

2- Dictionnaire Quillet، Librairie Quillet، Paris 1978.

3- Petit Larousse، Librairie Larousse، Paris 1998.

4- Vocabulaire technique et critique de la philosophie par André Lalande، 9éme édition.

كلّها تعاريف تشيرإلى التعدد في الممارسة، أي التعدد في ممارسة النظريات والمناهج العلمية.

تلك هي الاشكاليّة الأساسيّة في حقل الإبستمولوجيا، وهي تتضمن المعنى التالي: تستمد الإبستمولوجيا نظرياتها ومناهجها من النظريات والمناهج العلمية التي تدرسها، فما هو الفرق بين النظريات والمناهج نفسها في حقل العلم؟ وبماذا تختلف ممارسة الإبستمولوجيا بنظرياتها ومناهجها، عن ممارسة العلم بالنظريات والمناهج نفسها؟

في الحقيقة، لمجرد الإنفصال عن النظريات والمناهج العلمية وأخذ مسافة منها، والإبتعاد عنها، لدراستها، فلا بد من أن يمثل تقييمها، والتفكير النقدي فيها، وتحديد قيمتها الموضوعية، ودرجة الصدق والحقيقة فيها، وحساب مردودها ونتائجها، الأساس في أية دراسة إبستمولوجية لها. ويعني ذلك أن ممارسة عالم الإبستمولوجيا لنظريته، أو منهجه، تؤدي وظيفة مزدوجة، فمن جهة الممارسة، ومن جهة أخرى، دراسة الممارسة، والتفكير النقدي فيها، ورؤية العقبات التي وقفت وتقف في طريقها، وتقديم ما يلزم، على الصعيد النظري والمنهجي، لتخطي العقبات وتجاوزها.

على هذا الأساس، يكون مطلوباً من عالم الإبستمولوجيا، ومطروحاً عليه، التسلح بالمعنى الذي يشرح ويفسر تعدد الممارسات وأشكال الممارسات، وتعدد النظريات والمناهج العلمية، و يدرس الممارسة، وينفصل عنها، ويأخذ مسافة منها، و يفكر فيها تفكيراً نقدياً وبقيمتها ويحسب مردودها ونتائجها. و تقييم أي ممارسة لا يحصل إلا بتقييم الممارسات الأخرى، كما أن دراسة أي نظرية علمية، أو منهج علمي، تتطلب المقارنة بين النظريات والمناهج، فتعدد الممارسات، وتعدد النظريات والمناهج، يمثل الإطار الضروري لدراسة أي ممارسة أو نظرية أو منهج.

II- إشكاليّة التعرف إلى البحث العلمي

يطرح على نفسه السؤال حول المعنى الذي يشرح ويفسر التعدد في النظريات والمناهج، فلا يجد في متناوله سوى الثنائيات التي تقوم المعرفة العلمية الحديثة عليها. فبما أن المعرفة العلمية تقطع مع المعرفة الشائعة، ولغتها، فلا بد من وجود الباحث الذي يصنع المعرفة وينتجها. ويعني ذلك، بالضرورة، ثنائية الذات والموضوع (أو ثنائية الباحث والموضوع). وكذلك، بما أن الباحث الذي يصنع المعرفة العلمية وينتجها، يملك، من حيث كونه إنساناً، طريقين في صناعتها، فإما صناعة المعرفة العلمية عن طريق الحواس، وإما صناعتها عن طريق العقل، فيعني ذلك، بالضرورة، ثنائية الإستقراء، والإستنباط (أو ثنائية الملاحظة والفكرة). وعندها يصطدم بعوائق عديدة:

العجز عن رؤية القطعية والإنقطاع **rupture** بين نموذجي البحث العلمي (نموذج الموضوع والإستقراء ونموذج الذات والإستنباط)، وبين واقع الأبحاث العلمية في الملموس. فمن جهة أولى، لا يجادل أحد، في أي بحث من الأبحاث العلمية في الوقت الحاضر، بأن الموضوع ليس مستقلاً عن الباحث، وبأن الفكرة تأتي قبل الملاحظة. ومن جهة ثانية، لا يجادل أحد، في أي بحث من الأبحاث العلمية في الوقت الحاضر، بأن الفكرة العلمية لا قيمة لها إذا لم تتعلق بمحسوس معين، وبأن الملاحظة تأتي قبل الفكرة. نتساءل إذن، مع تحول القاعدة المناقضة لكل نموذج من نموذجي الموضوع والإستقراء والذات والإستنباط إلى جزء لا يتجزأ من كل بحث علمي في الوقت الحاضر، حول مبرر وجود النموذجين،

والجدوى منهما، وصلاحيتهما في أن يمثلا نموذجين بالفعل. [1]

العجز عن رؤية الحجج المتناقضة والمتعارضة داخل نموذج البحث العلمي الواحد. فمن جهة أولى، إذا إلقينا نظرة سريعة، في الوقت الحاضر، على المنهج الإستقرائي، في واقع الأبحاث العلمية، لوجدنا أن الفرضية جزء أساسي منه، ومكوّن رئيسي من مكوناته. ويبدأ المنهج الإستقرائي منها على الدوام، والتشديد فيه على البدء بالفرضية يوازي تشديده على البراهين التجريبية. ومن جهة ثانية، إذا ألقينا نظرة سريعة، في الوقت الحاضر، على المنهج الإستنباطي، في واقع الأبحاث العلمية، لوجدنا أن التحقق من الفرضية، والبرهنة عليها، واللجوء إلى المحسوس لإثبات صحتها، جزء أساسي منه، ومكوّن رئيسي من مكوناته، ويقف عندها المنهج الإستنباطي على الدوام، والتشديد فيه على البدء بالفرضية يوازي تشديده على البرهنة عليها، والتحقق منها، في المحسوس وإثبات صحتها.

نتساءل إذن، مع إجتماع حجج متعارضة ومتناقضة، داخل النموذج الواحد، حول معنى هذا الإجتماع، ومغزاه. وهذا التساؤل، لا مكان له ي حقل الإبستمولوجيا الخاص ببلدان الغرب، فالعلماء في هذا الحقل، لا يرون أي تعارض أو تناقض، من أي نوع كان، داخل نموذج البحث العلمي الواحد، ويتخيلون في واقع البحث العلمي الملموس توزعاً بين نموذج للموضوع والإستقراء، يحوي الحجج العائدة إليه، ولا يحوي غيرها، وبين نموذج للذات والإستنباط، يحوي الحجج العائدة إليه، ولا يحوي غيرها.[2]

1 - راضي فوزي، التمكن من مهارات التلخيص والاقتباس، 2008، متوفر على : http://www.al-maqha.com/t.html

2 - سركز العجيلي، "الأسس العلمية لكتابة البحوث والأطروحات الجامعية"، جامعة السابع من ابريل، ليبيا 1992.

III- رهانات الصورة

تعلّق الإنسان الأول بما يمكن تسميته بالصورة المجسّدة لا الصورة المصنعة المادية انطلاقاً من الحاجة إلى التأمل والخشوع ، وبحثاً عن الإطمئنان.

وفي تاريخ ما قبل وسائل الإتصال الجماهيرية، كانت الطبيعة مصدر الصورة وكذلك الإستدلالية. وسعى الإنسان إلى تجسيد هذه الصورة وشحنها ببعض المعاني الذاتية، أو الظرفية، أو الأنثروبولوجية، أو المعنوية كما نجد ذلك في فن الرسم والنقش والنحت والطرز والوشم وكل ما تعلق بالأيقونات.

ولا بأس أن نشير في هذا السرد إلى نظرية سوروكن[1] الخاصة بتطور المجتمع اعتماداً على العقلية الثقافية السائدة: حسية أو مثالية، فتكون الثقافة حسية إذا جعلت حقائقها تتوقف على شهادة الحواس، ومثالية إذا كانت الثقافة تؤمن بأن وراء المشاهد حقيقة اعمق، وقد يكون ذلك في منظورنا قريباً من عالم الغيب.

ويمر نمط التطور التاريخي عبر أطوار من الحسي إلى المثالي، ومن المثالي إلى الحسي، وذلك كلما تدرج الطور إلى مداه الأقصى، على أنه يمكن في بعض الفترات التاريخية أن يتعايش الطوران بتدخل طور ثالث: وهو الطور العقلي[2]. وقد اهتم بعض علماء النفس أيضاً بعلاقة الإنسان بالصورة ليس من ناحية الإدراك الصحي فقط،

S. Nicholas Timasheff and George A. Theodorson، Sociological Theory: Its - 1 Nature (38) and Growth، consulting editor Charles II، Page 4th ed.، Random House، New York 1976، p. 330.

Azzi Abderrahmane، "Structuralism and Its Contribution to Sociological Theory"، Unpublished-2 dissertation، Denton، Texas 1985.

ولكن من الناحية المرضية والتحليل النفسي أيضاً. وهنا نعود إلى لاكان الذي يرى أن أحد المستويات الذي يشكل الذات يتمثل في الصوريThe imaginary الذي يحمل أعراضاً ترسخت في مرحلة المرآة وهي مرحلة محددة في الصغر، ولم يتم تجاوز هذه الأعراض في المستوى الرمزي. فالصوري عنده صيرورة نفسية أساسية، هو "التجمع المستقر لأشياء وقوى وملكات وإدراكات الأنا وتعاقب الصور: حقيقية أو تصورية"[1]. ويتشكل الصوري في تحليل لاكان، انطلاقاً من الصورة Image التي يحملها الفرد عن ذاته عندما يرى انعكاس "أناه" في المرآة ابتداء من الشهر السادس بعد أن عاش جسمه كأجزاء مبثوثة. فقد يعسى، بدون تدخل المستوى الرمزي، إلى فبركة صورية جشتالية وهمية عن حقيقة لا مفر منها وتتمثل في عدم كمالية الإنسان. وقد يطور الفرد ابتداء من المراحل الأولى من الصغر هوية اغترابية تمثل انعكاساً غير انعكاسه في المرآة. ولا يقدر الفرد على تجاوز هذه الصورة المرضية المشوهة إلا عندما يتعلم لغة الآخر وينفذ في العالم الرمزي ليس كأنا ولكن كفاعل.[2]

وما يقترن بموضوعنا في هذا الطرح، هو أن الصوري يمثل منزلة أقل مكانة من الرمزي (وكذلك المستوى الثالث: الحقيقي)، في تكوين ذاتية الفرد الصحية نفسياً، ولا يكون الصوري إلا بنية أولية غير دالة بدون العوالم الرمزية التي تبرز في اللغة والتفاعل الرمزي.

وقد جرت العادة في مجال الاعلام و الاتصال، أن تدرس الصورة الثابتة أو المتحركة، إما من الناحية التقنية الكمية (الدراسات الإمبريقية)، أو السميولوجية

1 - تعبير شائع في المنطقة المغاربية وهو من كلمة "fabriquer" أي أن نصطنع أمراً مزيفاً بعيداً عن حقيقة الشيء.

Azzi Abderrahmane، "Structuralism and Its Contribution to Sociological Theory"، op.cit. -1

المرتبطة بدلالة الرموز غير اللغوية (التحليل البنيوي). وهذه المنهجيات ليست دوما ملائمة أو كافية، فالمنهج التقني يدرس الصورة ككيان مغلق مركزاً على الجوانب الفنية وحتى الجمالية قصد النفوذ إلى الآخر، أما البنيوي فينتقل من الصورة إلى الوضع الرمزي Code، ومن ثم يكون المرجع الإجتماعي وكذا السياسي أو الأيديولوجي، كما سنرى في فصل لاحق.

ويتعلق منهجنا في العالم العربي المستنبط من معالم تراثية ومن الفكر الإجتماعي المعاصر، بما نسميه بالمنهج القيمي القائم على مرجعية المثل. أما مفهوم الثقافة في الفكر الغربي، فقد تحول في الزمن المعاصر إلى البعد الجمالي، فنيتشه مثلاً يعتبر أن معنى التاريخ هو لحظة الإبداع الفني أما ما عدا ذلك فهو تعبير رديء عن الرغبة في السلطة. وفي أبحاث الاعلام والاتصال، فإن الثقافة سواء أكانت نخبوية أم جماهيرية، ترتكز على الفن والترفيه، ولا شك في أن التلفاز وسيلة ترفيهية أساسية.

إن المنهج القيمي الذي نتبناه في العالم العربي يعتبر أن دراسة القيم هي الدليل الأقوى في فهم الثقافة. فالبعد القيمي يسعى إلى تأطير الوضع انطلاقاً من الخيال، فهو يدرس "ما هو كائن" بناء "على ما ينبغي أن يكون". فالأصل هو الثقافة، أي الرسالة وإنما المجتمع قد يضفي صبغة اجتماعية على الثقافة، أو يتحرك بدون ثقافة، أي ثقافة غير واعية.

إن البعد القيمي، في اقترانه بفطرة الإنسان يرتبط بسعي الإنسان وبحثه الدؤوب عن المعنى: معنى الوجود (أي وجود)، ومعنى الحياة (أي حياة)، ومعنى ما بعد الحياة. فالمعنى يؤطر فعل الإنسان الذي يصبح مجرد وسيلة للفعل، أو صورة استدلالية عن المعنى. وهذا التأطير يكون ضرورياً ليس من حيث توفيرالإنسان الطاقة المعنية فحسب، ولكن من جانب تحديد سلطة الفرد والجماعة.[1]

1 - إن الفعل القيمي أساس فهم الحقائق، فالفعل هذا يدفع المفاهيم إلى القياس والإختبار كما يجعل من هذه المافهيم كيانات حية.

تكمن إذن إشكاليّة البحث العلمي الحديثة الأساسية في مجال الاعلام و الاتصال، في أن المرئي (أي الصورة المصنعة المادية، الإشهارية أو السلطوية) ظاهرة حديثة نسبياً، والمرئي وسيلة لا سياقية، فهو ليس خطاباً. ونجد أن جل المدارس الفكرية الحديثة تتفق على أن الخطاب ينبثق من التجربة الإنسانية المشتركة المتنوعة الناجمة عن التفاعل بين الإنسان والآخر (كالتفاعلات الرمزية) أو بين الإنسان والعالم (الظاهرة الإجتماعية). ويتميز الخطاب بأنه رمزي قائم في بيانه على الجدل والبرهان والمقارنة والإستعارة والكناية، وهي عوامل رمزية تشكل الخصائص النوعية في التفاعل الإنساني.

يظهر ذلك من وسيلة التلفاز، إذ إن ما يقدمه هذا الأخير إعلاماً مرئياً لا سياقياً مكانياً وزمانياً. فالسياق المكاني المرتبط بعالم الحياة محذوف ولا حاجة للتذكير بأن المكان يحمل معنى للإنسان إذا كان مرتبطاً بموروث ثقافي أو تاريخي أو اجتماعي... إلخ. والواقع أن التلفاز يحدث "فوضى" في المكان الإجتماعي من خلال القفز فوق الأمكنة التي لا ترتبط بحزام من الدلائل القيمية. أضف إلى ذلك تكرار نموذج أحادي احتكاري من المكان، كأماكن الإجتماعات مثلاً ، على حساب تنوع جغرافية الحياة. أما الأزمنة فتحمل التفكك إذ تتداخل في لحظة من الزمن فيصبح الزمن لازمانياً، كما يقع التمزق بين الزمن المعيش في حياة الإنسان وزمن المرئي في التلفاز. فالمرئي لا يحمل بوضوح المستقبل ولا الماضي. إن وسيلة التلفاز تنشىء في أداءاتها الحاضر الأزلي، هذا الحاضر هو دائماً جديد، والمشاهد الذي يعيش هذا الزمن الوحيد يعيشه بالضرورة على مستوى العواطف، أي يتأثر بلحظته، وكل لحظة جيدة تحمل هذا التأثير. وفي مثل هذه الحالة، تكون الذاكرة الفردية والجماعية محدودة، فالإنسان يتذكر تلك التجربة التي تم توسطها بالرزم والتأويل وتركت بصمات من العبر في عالم الحياة المادي والمعنوي. وهو كذلك، فإن وسيلة التلفاز تكاد تلغي التوقع ولا تمكن من تأجيل المكافآت والإشباعات،

كما كان الحال في ثقافات ما قبل التلفاز، بل تضغط من أجل إحداث الإحساس بالمتعة الآنية والإتمام. إنه على الرغم من أن المرئي (الصورة المصورة المرئية) تصحبه اللغة النطوقة أو المكتوبة، إلا أن المهيمن في شكل الإتصال التلفزي ومضمونه يتمثل في المرئي. وقد أصبح المرئي لغة التلفاز، بل إن التلفاز ذاته صورة. فإذا كان التلفاز يعرض المعلومات، فإن هذه المعلومات تعرض التلفاز. إن المعلومات في هذه الحالة تنخذ الشكل الدرامي الخاص بالتلفاز. وهكذا، وكما ذكرنا فإن القوى العاطفية أكثر أثراً في المشاهد من أي تأثير ثقافي أو معرفي.

IV- المعنى و الخطاب الاعلامي

إننا لا ندخل كثيراً في أدبيات المقارنة بين المرئي والمكتوب، أو المكتوب والسمعي البصري، وبخاصة أن التبصرات التي أوردها ماكلوهان تكون كافية، غير أننا نربط المعنى أساساً بالخطاب شفوياً أو مكتوباً. ويتميز الخطاب اللغوي بتبني ظاهرة السرد Narration في بناء المعنى وتوصيله. ولا نبالغ في القول إن الإنسان حكى وجوده ومعناه سردياً، وذلك مثل الأسطورة أو التاريخ في حالة المجتمع، أو السيرة الذاتية في حالة الفرد، وذلك بصفة التتابع الزمني والتحول. أما المرئي في مقابل ذلك، فإنه يحطم البنية السردية للخطاب. فقد أفقر المرئي اللغة الطبيعية(1)(أي الشفوية والمكتوبة)، ويظهر ذلك في اختفاء حجم واسع من الثروة اللغوية في الإستعمال، وندرة اللجوء إلى الإستعارة والمجالات الرمزية الأخرى في الخطاب، والتغير السريع لمعنى الرموز، وغموض المعاني، وإضفاء الصبغة المادية البحتة على المفهوم والمصطلح. وهكذا أصبحت الألفاظ لغة التقنية وليست جزءاً من الثقافة، وانكمشت من ثم المفاهيم الدالة، وانحصرت المرجعيات التي كانت أساس ولادة هذه الألفاظ. وبمعنى آخر، فإن الخطاب (أو اللغة الطبيعية) أصبح تابعاً لعالم المرئي وآلياته، وقد انعكس ذلك على المشاهد الذي تراجع مخزونه من الألفاظ الدالة وأضحى يفقد القدرة على التفكير بصفة مجردة من خلال اللغة الرمزية.

إن التلفزيـون وسـيلة تـكاد تسـيطر عـلى حيـاة الفـرد في توجهاتـه ومواقفـه وسـلوكه

1 - يبرز ذلك كلما دخل المجتمع بصفة مكثفة عالم التكنولوجيا.

إلى درجة لا يكاد الفرد يحس بذلك، وكأن الأمر شيء طبيعي، وذلك ما تؤكده الدراسات الميدانية الخاصة بالتأثير. والمتفق عليه أن هذه الوسيلة المرئية هي الأداة الأكثر بروزاً في النشاط الترفيهي اليومي، وهذا النشاط لا يتم دون إحداث اهتزازات بنيوية على مستوى القيم والمشاهد. إن مثل هذه التأثيرات تظهر على مختلف البضائع المرئية التي تقدمها وسيلة التلفزيون إضافة إلى الصورة الإشهارية والسياسية. فالتمثيليات والمأساويات والفكاهيات وغيرها تقدم أشكالاً من الصور المادية التي تتحول إلى نماذج اقتداء بحكم جاذبية الصورة المزخرفة المزينة بصفة الإصطناع. والحاصل أنه، وفي غياب القيمة، ينبهر المشاهد بهذه القوالب ويأتيه الظن أن حياة هؤلاء الذين هم على الصورة أكثر أهمية من حياته في الواقع المعيش، فجيء به من خلال تجاربهم، ولهذا يتقمص شخصيات ومواقف، فيصبح مستهلكاً لتجارب الآخرين الوهمية بعيداً عن تجربته الواعية في عالم الحياة. وعليه، فإن التلفزيون "يبيع" صوراً مادية مصنعة عن جسم الإنسان وأزيائه وممتلكاته، فتتحول ممتلكاته إلى مؤثرات يتبناها المشاهد (إذا غابت عنه القيمة) ويسعى جاهداً لأن يتمثلها من خلال المرئي في التلفاز.

ومما نجده في التلفزيون، وبخاصة في القنوات الأجنبية، تلك البرامج من المرئيات كـ "الحوار حول مائدة"، أو "جلسات الكلام"، أو "مناقشات"، أو حصص ترفيهية، والتي تجعل القضايا الشخصية الخاصة محل مزايدة علنية معروضة للجمهور الواسع. ويلاحظ أنه لم يعد هناك مجال لحياة الفرد الخاصة كجسمه وعائلته وممتلكاته وقيمه، فقد تمت تعريته من جل ما يميزه كفرد له سره ومكشوفه في الحياة. وقد تحولت قيمة الإنسان في خضم ذلك إلى وضعيات من المرئيات المكشوفة على شاشة التلفزيون. وإذا تأملنا في الثقافات التي سبقتنا ومنها تلك التي ننتمي إليها، فإننا نجدها قد سنّت حدوداً بين المواضيع الخاصة (الشخصية) والمعروضة على الرأي العام. أما الإنتقال من الشخصي إلى العام ومن

العام إلى الشخصي، فإنه يتم عبر بيداغوجية قيمية تسمح للفرد أن يعدل في ما هو خاص دون أن تهتز مكانته في ما هو عام، ويبقى الإنسان سراً قبل أن يكون مادة مرئية على أنظار الجمهور.

وقد يوحي التلفزيون للفرد أنه ذو شأن ويملك سلطة على العالم الخارجي، فهو مركز العالم أمام الشاشة المرئية، فجل المرئيات تأتي إليه ويقدر على تغييرها والتحكم فيها عن بعد Remote Control، وينتقل من قناة إلى أخرى كيفما شاء. وفي هذه الصيرورة يحصل وهمياً على تجربة مراقبة الحقيقة المقدمة، وتصبح الحقائق المرئية ملكية الفرد، ويحدث التحويل ذو الطبيعة المرضية كأن تتحول قوة التلفاز إلى قوة للفرد. وقد دل العديد من الدراسات من جهة أخرى على أن المكثرين من مشاهدة التلفاز يميلون إلى المبالغة في تقدير خطورة الأوضاع في العالم، بل إن البعض في المجتمعات الشفوية يرى في مرئيات الأحداث الدولية دليلاً على قرب العالم من النهاية. وهكذا، فإن وسيلة التلفاز تحدث تأثيرات نفسية متناقضة: الإحساس بالقوة اللامتناهية التي تأخذ الفرد إلى آفاق لم يكن ببالغها أبداً من جانب، والإحساس بالإنهيار والفناء من جانب آخر.

إن هذا التناقض نجده أيضاً في مستوى آخر من ذاتية الفرد. فالتلفزيون يجعل الحقيقة تبدو موضوعية من خلال المرئي، إلا أن تجربة المرئي تكون ذاتية محضة على اعتبار أن المرئي تقليص وتشويه للحقيقة الموضوعية في غياب السرية والخطابية، ومن ثم القيمة في بنية هذا المرئي. إن وسيلة التلفاز تضعف إدراك الفرد للحقيقة ككيان سياقي، كما تقلص بشكل حاد إمكانية معيشة الحقيقة كحدث جدلي وشاق في الزمان والمكان، وذلك ما ينشىء الغموض الذي أشرنا إليه، وهو أن تجربة المشاهد للمرئي لا تكون موضوعية في الأصل ولا ذاتية تماماً، وقد اختلطت في ذلك الحقيقة مع المرئي الذي أضفى الصيغة المادية على مختلف مظاهر الحياة بما في ذلك الإنسان ذاته، والذي تحول إلى صورة مادة مرئية.

إن التلفزيون يقدم الحياة كمشهد مرئي أو عرض Spectacle. وقد تحولت ميادين الحياة إلى شيء مرئي للإستهلاك الآني. ويتضمن المشهد كلاً من السلع المادية المرئية والصورة المرئية المادية عن السلع، ويكون المشهد في هذه الحالة لغة السلعة وتقنية المرئي. ويصبح المرئي هكذا أكثر أهمية من الحقيقة المعيشة ذاتها. فالحياة تصبح مشهداً مرئياً وشاشة تعرض فيها الحقيقة التي تتوسطها وسيلة التلفاز بالمرئي أو المرئيات. وقد ارتبط المرئي في وسيلة التلفاز بظاهرة الصوت كأن نقول عن التلفاز: إنه وسيلة الصورة والصوت. والصوت، ظاهرة تاريخية بالإضافة إلى كونه مجالاً قيمياً ذات أبعاد اجتماعية ونفسية. وأدى تطور المجتمع إلى زيادة في مستوى الصوت ونوعه، فزادت الصناعة من حجم الصوت في المجتمع كما نشهد ذلك في ضوضاء الآلات وضجيج وسائل النقل... إلخ. وقد حمل الصوت في حدته وذبذباته ونغمته معاني عدة، فالصوت الهادئ الساكن يسمح بالتأمل والتفكير وممارسة الوعي، أما الصوت العالي فحديث نسبياً والصرخة أحدث. وبالطبع، (إن أنكر الأصوات لصوت الحمير).[1]

وترتبط الموسيقى الحديثة بنمط الصوت العالي الذي نجده في العديد من الأنواع الموسيقية الحديثة والتي غزت مجالات عدة في عالم الحياة كالمجالات التجارية والمطاعم والأسواق، بشكل يغمر أية محادثة ممكنة بين أفراد المجتمع. والحاصل أن الصوت الصاخب عندما تصاحبه المرئيات المفككة في التلفزيون، بالإضافة إلى أنه لا يسمح بالتعالي عن التجربة العادية المصحوبة بصور العدوان والجنس، فإنه يمثل تهجماً على اللغة الطبيعية ويتوجه إلى الغرائز. إنه ، أي الصوت الصاخب ،

1- David Riesman، Nathan Glazer and Reuel Denney، The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character، Yale Paperbound، Y-41، abridged edition with a new foreword ، CT: Yale University Press، New Haven 1961.

يستثير الفرد مرضياً ويجعله ينساب. إن حضارة المرئي تنشىء حاجة تحمل المبالغة، إذ تجعل الفرد يهرب من منطقه الذاتي ويفقد ذاته في أحاسيس لحظة الإلتقاء مع المرئي. وكما ذكرنا، فإن التدبير والتمعن واللجوء إلى المنطق يتطلب الصمت، أي زمان ومكان تقل فيه مشوشات المرئي والضجيج، وبدون هذا الصمت الإيجابي، فإن عملية التفكير تصبح صعبة، ويكون معنى الحياة وما بعدها غائباً في تساؤل الفرد وتتلون الحياة بما عليه في مرئيات الشاشة.

إن المشهد المرئي بوصفه علاقات سلطوية تعمل بشكل أو بآخر على إفراغ وجود الإنسان من المعنى، وجعله رهن المستوى الأدني من سلم الحقائق يجعل وسيلة التلفاز ليست فقط تعبيراً عن الحقيقة الدنيا، ولكن الحقيقة هي في التلفاز فقط. ويظهر ذلك في حالة الفرد الذي يعجب بإمكانية الظهور أو ملاقاة من يظهر على التلفاز فقط. فالحقيقة الدنيا هي الحقيقة العليا. ويتضح أن الفرد الذي يعيش هذه التجربة عاطفياً تبدو له موضوعية بحكم أنها عن الشيء ذاته مرئياً، في حين أنها في واقع الأمر تعويض من الطبيعة اللاشخصية، والتجريد الذي ولدته التكنولوجيا أو الوضع العام في المجتمع. وبمعنى آخر، فإن هذه التجربة تملأ فراغاً في ما هو اجتماعي، غير أن هذه الصيرورة سرعان ما تتحول إلى فراغ آخر يشعر به المحتك كثيراً بوسيلة التلفاز.

يرتبط مفهوم الإنسان الموجه، ومنه استنبطنا تعبير الإتصال الموجه، بإسهامات ريسمان في مجال علم النفس الإجتماعي وعلاقة الشخصية بطبيعة المجتمع. وقد حدد في بنائه المركب ثلاثة أنواع من الشخصية Character وفق نوعية المرجعية التي يستند إليها الفرد في أدائه وسلوكه وفعله الإجتماعي، وكذلك المرحلة التاريخية التي تميز هذا المجتمع أو ذلك: الشخصية الموجهة تقليدياً Tradition-oriented وتسود المجتمع التقليدي، مجتمع ما قبل الصناعة، والشخصية الموجهة ذاتياً Inner-directed وتميز المجتمع المصنع، والشخصية

الموجهة من الآخر (أو الآخرين) Other-directed وتخص ما بعد التصنيع، أو المجتمع المعلوماتي، أو مجتمع ما بعد الحداثة... إلخ. ولكل شخصية في ذلك طبع متميز[1]. وما يهمنا في هذا الطرح النوع الأول

أقرب إلى المجتمع الذي ننتمي إليه قبل التلفاز أو قبل سيادة المرئي في عملية الإتصال بالمجتمع. فالإتصال الموجه تقليدياً يجعل الإنسان يمتثل للأدوار المؤسسية التي حددها المجتمع، وتكون العلاقات الإجتماعية مقننة بشكل قار نسبياً وفق ضوابط وقواعد تضمن على المدى البعيد نوعاً من الإستقرار في المجتمع. ويميز الجتمع الذي يبرز هذا النوع من الإتصال بالنمو الديمغرافي السريع وما يتبع ذلك من ارتفاع معدلات الولادة والوفاة، وقلة الإحتكاك بالصناعة وتشتت أفراده جغرافياً، أو تمركزهم في بعض التجمعات السكانية الكبرى... إلخ. ولا نعد بدورنا هذا النوع من الإتصال نموذجياً، لأن الإرتكان إلى التقليد دون مساهمة فردية واعية يحد من تحرير الطاقات والإبداع والتغير الإجتماعي أخذاً بعين الإعتبار التمييز بين التقاليد التي تعبر عن وعي اجتماعي، والأخرى التي تمثل تعابير ثقافة غير واعية كما أوضحنا ذلك سالفاً.

ومهما يكن، فإن هذا النوع من الإتصال يكون قد تفكك بفعل عدة عوامل اجتماعية وتاريخية، حيث أسهم المرئي في هذا التفكك. فالمرئي في تحليل الباحثين قد جزّأ شخصية الفرد أبعد من تعددية الذوات التي أوردها بإسهاب وليم جيمس، وأصبح البارز في هذه الشخصية ذلك المحتك كثيراً بالمرئي على حساب المجالات الأخرى في الشخصية من معنوية ومادية وروحية... إلخ. إن هذا التقلص في طبع الفرد امتد إلى المجال الخاص بالإتصال بين الفرد والآخرين، إذ انحصرت مكانة

1 ـ راجع: Azzi Abderrahmane، "Structuralism and Its Contribution to Sociological Theory"، op.cit.

الجماعات الأولية وقادة الرأي والنخبة المثقفة، وأضحى الإنسان يتغذى من المرئي. ومن ثم أمكن القول بأن الإتصال في المجتمع المعاصر عامة، انتقالياً كان أو معقداً، قد انتقل من نوع الإتصال الموجه تقليدياً، أو الموجه ذاتياً من الآخر (في المجتمع الصناعي وما بعده) إلى الإتصال الموجه مرئياً (في المجتمع الحديث بصفة أشمل).

إن مفهوم التفكير النقدي يتطلب إطاراً معرفياً يبنى على أساس أسباب إيجابية تقدم مبررات للمطالب المعقولة، ومثل هذه المعرفة يجب أن تدافع عن التمييز بين التبرير العقلاني والحقيقة. وبما أن الحقيقة ليست مفهوماً معرفياً، فهي لا تعتمد على تحديدات التبرير العقلاني: في ظرف معين يمكن تبرير الاعتقاد الخاطىء، أو تعزيز الاعتقاد الصحيح، وبما أن أسس التبرير العقلاني صحيحة بشكل طبيعي، فإن صدق التبريرات العقلانية لايتعلق بالثقافة. فالتبرير العقلاني يقدم السبب الكافي لتصنيف أي شيء كحقيقة، حتى وإن كان منفصلاً عن المبدأ، والتفكير النقدي لا يكون وظيفياً كما ينبغي من دون إطار معرفي. إن صدق التصريحات لا يمكن أن تكون محددة، ما لم يكن هناك معيار مستمد من مفاهيم مستقلة عن الحقيقة و"المعقولية". فالحقيقة الأخلاقية مفهوم يتميز عما نبرر إعتقاده في أي وقت خاص، وبينما نحترم خطأ وجهات النظر التي تتفق مع وجهات نظرنا، ندرك أننا يمكن أن نكون مخطئين. إن هذا الشعور بالدعوات المنفصلة والمحدودة عن التعددية الثقافية والتربوية، هو من أجل الوصول إلى تصور كافٍ عن القيم عبر التفاعل النقدي بين رؤى مختلفة، فمن دون الإطار العقلاني، سيحتاج كل من النقد الاجتماعي والتقويم الاجتماعي إلى دلالة، لأن الأساليب المختلفة عن التفكير، تتحدى المفهوم الكامل عن الحقيقة في شعور لا معرفي.[1]

1 - راجع: Azzi Abderrahmane، "Structuralism and Its Contribution to Sociological Theory"، op.cit.

إن التقاليد التنافسية ليست تفسيراً محكماً، وليست أنظمتها اللغوية والمفاهيمية في حالة سكونية، لأن التقليد يمكن أن يغني مفهومه ونظامه اللغوي بوساطة خلق سياقات لغوية لشرح الأفكار الخاصة للتقاليد المتنافسة. فمشكلات الترجمة يمكن التغلب عليها بوساطة ابتكار محكم، وعلى الرغم أيضاً من أن المفردات الأخلاقية والمفهومات، هي إرث كبير من الثقافة والتقاليد، التي أصبحت اجتماعية. والأوضاع المعرفية يمكن أن تكون محدودة في هذا الشعور، فإن المعرفة الأخلاقية ممكنة لأن ممارستنا تزوّدنا برؤى أخلاقية مناسبة للاتصال المباشر مع الحقيقة، والجدال العقلاني يكون مصداقية طبيعية على الرغم من عدم وجود طريقة ناجعة لإظهار صحة الادعاءات التنافسية.[1]

1 - نفسه.

الفصل الخامس: بين النظريّة والتطبيق

تمهيد

I- خصوصيّة المنهجيّة في علوم الاعلام والاتصال

II- أشكال البحث ومواضيعه

III- المنهجيّات الخاصّة بحقول الاعلام والاتصال

IV- نحو آفاق بحثية جديدة

تمهيد:

أكثر من ربع قرن في التعلّم والتدريس والبحث، أمضيناها في مجال علوم الاعلام والاتصال الواسع والمتشعّب. وطوال هذه السنوات مررنا بمراحل فكريّة عديدة أظهرتها إتجاهاتنا في التعليم ومجالاتنا البحثية، والمواضيع والأشكال والمنهجيات التي استخدمناها في الأبحاث. وفي هذا الفصل نرتكز على تجربتنا الطويلة هذه، لتتبع مراحل تطور الفكر الاتصالي خلال ربع قرن، وتطوّرالمنهجيّة البحثية في علوم الاعلام و الاتصال الذي واكب تطوّر وسائل الاعلام والاتصال ذاتها. فقد أظهرت التجربة الشخصيّة لنا تعدّدية هذا المجال وتداخل قضاياه وارتباطها الوثيق بحياتنا اليوميّة، وسرعة تغيّرها وتطوّرها، وبالتالي تعدّديّة المنهجيات في التدريس كما في البحث العلمي المرتبط بها. رغم تخصّصنا في الصحافة المكتوبة في بداية الطريق، إلاّ أننا انتقلنا سنة بعد سنة، إلى الاهتمام بقضايا و مواضيع الاتصال بشكل عام وباختصاصاته الأكاديمية الثلاث: علوم الاعلام والاتصال، ادارة المعلومات، وادارة المؤسسات. وتطوّرت سنة بعد سنة موادّنا في التدريس ومواضيع أبحاثنا تبعا لتطوّر وسائل الاعلام و الاتصال، وتكنلوجيا الاتصال والفكر والنظريات والأطر المعرفيّة المتّصلة بها. فتوسّع مجالنا البحثي إلى أن يشمل كل مجالات الاتصال المتداخلة، كما سنوضّح في هذا الفصل.

I -خصوصيّة المنهجيّة في علوم الاعلام والاتصال

يعتبر الإنفاق المالي في مجال البحث العلمي استثمارا ناجحا بكل المقاييس، ولذلك أصبح أحد الرهانات الأساسية بالنسبة للدول الساعية لتحقيق أعلى معدلات النمو والتقدم، وبفضل ذلك تبوأ "رأسمال العلم" هذه المكانة الهامة نتيجة ما ترتب عن دوره المحوري في التغيير الاجتماعي والنمو الاقتصادي، فهو بمثابة المُحرك لعمليات التغيير والتنمية، والمُحدد والمؤثر على فاعلية وكفاءة مختلف العناصر التي تتشكل منها العملية الإنتاجية. فالتطورات العلمية التي حققها البحث العلمي لا تؤثر فقط في طبيعة فهم الإنسان ونظرته إلى العالم من حوله، بل أيضا تساعده على اكتشاف المعلومات والاحتمالات التطبيقية، التي سرعان ما تتحول إلى وسائل وأدوات تكنولوجية جديدة للاتصال والمواصلات والخدمات والرفاهية.

ولأن العنصر البشري هو الحقل الذي يُستثمر فيه الرأسمال العلمي، ازداد الإدراك لأهميته داخل العملية الإنتاجية، فأضحى تبعا لذلك يستحوذ على أهمية بالغة داخل أدبيات وإستراتيجيات التنمية. وكان من ثمار ذلك تبلور مفهوم "الموارد البشرية" Ressources humains، واهتمام الأمم المتحضرة أكثر وأكثر بما يطلق عليه "التنمية البشرية" Développement humain.

ويتم الاستثمار ضمن هذا العنصر، أساسا، من خلال التعليم والتكوين وأيضا من خلال البحث العلمي في الاعلام و الاتصال: يسعى التعليم "لتطوير القدرات الإنسانية، وتوظيف هذه القدرات في تعظيم الرفاه المجتمعي، ويوسع

نطاق الرفاه في ما وراء الجوانب المادية للعيش إلى الحالات الأرقى من الوجود الإنساني".[1]

بالتالي، يؤدي البحث العلمي في الاعلام و الاتصال دورا محوريا في تطوير المعرفة العلمية التي تنقل بالتعليم، فضلا عن أن الاستحواذ على المواقع الرائدة داخل المنظومة الاقتصادية الدولية لا يتأتى إلا بتسارع البحث العلمي وحسن جني ثمار ذلك في ظل ظروف تنافسية غير متكافئة، تتجاوز الأسوار المحلية والإقليمية. وتولي المؤسسات التعليمية بمختلف تخصصاتها وأنواعها اهتماماً متزايدا بالبحث العلمي و أساليبه ومناهجه، وذلك لأن تلك الاساليب، بما تقدمه من خطوات علمية دقيقة، تعد مفتاحاً جوهرياً لبناء تراكم معرفي قويم يساهم في تطور وتقدم العلوم ومعارفها. ومما زاد الاقتناع بضرورة تبني وسيلة البحث العلمي كمادة جديرة بالتدريس، والاهتمام بها، وتطويرها، النتائج المشجعة التي أثمر عنها البحث العلمي، على الرغم من قصر عمره مقارنة بالمواد الأخرى.

و البحث العلمي في الاعلام و الاتصال يقدم للإنسانية شيئاً جديداً، ويُساهم في تطوير المجتمعات ونشر الثقافة والوعي والأخلاق القويمة فيها باستمرار، وتزداد أهميّته كلما ارتبط بالواقع ودرس مشاكله، وقدم الحلول المناسبة لها. لذلك على الباحث أن يختار موضوعاً يهم المجتمع ككل، ويفيد الناس، ويقدم لهم خدمة، فالمريض الذي يشكو الآلام بحاجة إلى طبيب يكفكف آلامه وأوجاعه، ويخفف عنه ما يشعر به، ويقدم له العلاج النافع. ومما لا شك فيه أن الدراسات والأبحاث التي يكتبها المتخصصون في كل فن، تقدم للإنسانية خدمات كبيرة، فهي تُسجّل آخر ما توصل إليه الفكر الإنساني في موضوع ما، وتنشر الوعي بين الناس، وتُثرِي المجتمع بالمعلومات، فتزيد في تطويره ونموه، ومواكبته للسباق

1 - مي العبدالله، علوم الإعلام والاتصال وإشكاليات التكوين المهني، مصدر سابق.

الحضاري بين الأمم [1].

تبيّن لنا من خلال تجربة أكثر من ربع قرن في التعليم العالي في مجال علوم الاعلام و الاتصال، أن البحث العلمي يميل اليوم للتخصص ومعالجة أدق الجزئيات بالتفصيل، ورغم ذلك يبقى مجاله رَحبا واسعا لا حدود له. وهذا يستمر باستمرار الإنسانية، لذلك يجب أن لا يَحْتار الباحثون في اختيار مواضيع بحثهم، فالمجال أمامهم واسع ومفتوح ما دام العقل البشري يعمل، وما على الباحث إلا الانطلاق من حيث توقّف الآخرون، والاضطلاع على أبحاث السابقين واستيعابها، حتى لا يقع في التكرار، وفي ضياع الجهود وتبعثرها.

ولا بد من أن يحقق البحث أهدافاً، و من وضوح هذه الأهداف في ذهن الباحث، لأن معالجة الموضوع تختلف باختلاف الهدف، فمن كان هدفه تعريف الناس، أو شريحة من الناس، باشكاليّة معيّنة، يسلك طريقاً في بحثه غير الطريق الذي يسلكه من كان هدفه حل المشكلة.[2]

وفي مشوارنا البحثي، تأكّدنا من أن البحث العلمي قد دخل إلى علوم الاعلام و الاتصال عبر بوابتي علمي النفس والتربية، وخصوصاً فيما يتعلق بدراسة وقياس نماذج محددة من السلوك البشري تجاه وسائل الاتصال، بطريقة ساعدت على فهم وتفسير الكثير من الظواهر العلمية. ونتيجةً للنجاح الذي حققه علماء النفس والتربية في الافادة من البحث العلمي، نرى أهمية تبني هذه الأسس العلمية الجديدة، وفقاً للأسلوب الذي اتبعه زملاؤنا في العلمين المذكورين.

ولكن من المؤسف أنّه، على الرغم من الفائدة النى جنتها علوم الاعلام و الاتصال بشكل عام من تجارب الآخرين في الوصول الى المعرفة وسبر أغوارها، يبدو لنا

1 - نفسه.

2 - نفسه.

واضحا أنها ما زالت تعاني من غياب شخصيّتها المميزة والمطلوبة في أسلوب التعامل مع منهج البحث الجديد. بل إنّها تدور في فلك المنهجية التي طوّرها باحثو علمي النفس والتربية دون تطويرها بما يتناسب مع طبيعة موضوعاتها.

رغم ذلك، تبقى لأبحاث الاتصال ، برأينا، خصوصيّتها و هي تنبع من خصوصيّة وسائل الاعلام والاتصال ذاتها، و لا بد من ذكر العوامل التي دعت إلى ضرورة البحث في قضايا الاتصال ودراستها بأسلوب علمي، وبالتالي إلى نشأة علوم الاعلام و الإتصال: (1)

1 - اهتمام الجمهور والحكومات بتأثير وسائل الاعلام والاتصال: يعد هذا العامل في مقدمة العوامل الداعية الى البحث. ولقد كان للتأثير السلبي المتوقع أن تحدثه تلك الوسائل في الجمهور دافع قوي الى قلق الجماهير والحكومات من استحواذها على أوقات الجمهور وبالتالي حقنهم بما يريده المتحكمون بها.

ويمكن القول إن هذا العامل هو الذي أسهم فيما بعد في بناء نظريات الاعلام المتعددة التي تطورت تباعاً لذلك الاحساس المتزايد بمقدرة وسائل الاعلام والاتصال على التأثير في جماهيرها.

ومما يؤكد اهتمام الحكومات بوسائل الاعلام و الاتصال وتأثيرها، قيام الحكومة الامريكية بتشكيل لجنة وطنية لدراسة مدى تأثير وإسهام وسائل الاعلام في زيادة موجة العنف التي لوحظ زيادتها في عقد الستينات الميلادية. كان من نتائج تشكيل تلك اللجنة إجراء دراسات وبحوث مكثفة أطلق عليها "تقرير كبير الاطباء عن التلفزيون والسلوك الاجتماعي"، ويعتبر هذا التقرير مرجعاً رائداً ومهماً في أبحاث

---

1 - راجع: Plusieurs auteurs، sous la direction de Stéphane Olivesi ، PUG (Presses Universitaires de Grenoble) ، Collection : Communication en +، Grenoble Octobre 2007.

الاعلام، بل إنه يعد اللبنة الأساسية التي رسمت منهجاً بحثياً يحتذى به في العديد من أبحاث الاعلام والاتصال التي تبعته.

2 - فهم أنواع الاتصال ووسائله: على الرغم من سهولة التعرف على هذا الحافز بشكل مجرد وسطحي، إلا ان الحاجة الى سبر أغوار العملية الاتصالية وما يحيط بها من جزئيات تظل مسألة صعبة ومعقدة. وهذا ما دعا الى حتمية وجود منهجية واضحة يعتد بها في شرح أبعاد تلك العملية، ليضمن التخطيط السليم لكل ما يتعلق بتوظيف الاتصال بالشكل الصحيح، بما يخدم القائم بالاتصال والمستقبل ويحقق أهداف الاتصال.

3 - نمو تخصص علوم الاعلام والاتصال وتعدد مجالاته: لقد كان طبيعياً أن يؤدي العاملان السابقان، والتطور الملحوظ في وسائل الاتصال الى تطور في التخصص ذاته، والى الحاجة الى المزيد من المتخصصين فيه. وقد قاد ذلك في نهاية الأمر الى انشاء مزيد من أقسام الاعلام والاتصال في العديد من جامعات العالم التي أعطت بدورها أولوية خاصة لتدريس أساليب البحوث ومناهجها، كأداة لا غنى عنها في هذا المجال الجديد.

-4 حاجة المعلنين الى التعرف على الجمهور المستهلك، وتحديد سبل الوصول اليه: لقد ازدادت أهمية هذا العامل في السنوات الأخيرة أكثر من أي وقت مضى بعد توجه العديد من وسائل الاعلام التقليدية الى الاعتماد بصورة أساسية على دخلها من الاعلان، الأمر الذي أوجب أن تهتم تلك الوسائل وكذلك المعلنون ببحوث الاعلام والاتصال بشكل عام، وبحوث قياس حجم الجمهور المستهدف وخصائصه بشكل خاص.

ولقد ظهرت لنا خصوصيّة المنهجيّة البحثية في علوم الاعلام و الاتصال خصوصا من خلال أسلوب جمع المعلومات وتحليلها. ففي حين يميّز الباحثون بين منهجين

رئيسيّين هما: المنهج الكيفي والمنهج الكمي، وهما يمثّلان مدرستين مختلفتين لهما روادهما والمختصون فيهما، وجدنا من خلال التجربة البحثية أنهما متلازمان في أغلب الأحيان ونحتاج اليهما معا لتحقيق أهداف العديد من الدراسات التي تحتاج الى توظيف أساليبهما المتميزة، للوصول الى نتائج علميّة قيّمة من شأنها ان تساهم في زيادة التراكم المعرفي المطلوب في حقل الاعلام والاتصال.

II- أشكال البحث و مواضيعه

1 - أشكال البحث العلمي:

تستمد علوم الاعلام و الاتصال العديد من أشكالها البحثية من سائر العلوم الانسانية والاجتماعية التي تنتمي في النهاية اليها، فيستخدم مصطلح أمبيريقي empirical حتى لا يختلط بالتجريبي experimental الذي يعني درجة عالية من الدقة في التجربة موجودة في الأبحاث العائدة لعلوم الطبيعة، وغير موجودة في الأبحاث العائدة للعلوم الإجتماعية والانسانية. وأول من استخدم صفة امبيريقية هو كلود برنار في كتابه "مقدمة للطب التجريبي" حيث يفرق بين الأمبيريقية وبين التجريب، عن طريق التفريق بين الملاحظة وبين التجربة. فالملاحظة، في رأيه، تمهيدية، عامة، أما التجربة فموجهة في إطار محدد ومسلّحة بالأجهزة الدقيقة.[1]

على هذا الأساس، وبما أن التجربة في الأبحاث العائدة إلى العلوم الإجتماعية والانسانية تتصف بعدد من الصفات، بينها أنه يصعب عليها التعامل مع الموضوع على أنه مادة بحتة، بل تفكيكية يصعب التحكم بها، لا تتمتع بسمة الضبط. فمن أولى ميزات الظاهرة المجتمعية تداخل المتغيرات إلى درجة كبيرة جداً، وأنها في تغير دائم ومستمر.

لهـذه الأسـباب، يوجـد شـكل البحـث التجريبـي recherche expérimentale

1- Claude Bernard، An Introduction to the Study of Experimental Medicine، 1865. First English translation by Henry Copley Greene، published by Macmillan & Co.، Ltd.، 1927، reprinted in 1949.

في علوم الطبيعة، وشكل البحث الإمبيريقي recherche empirique في العلوم الإجتماعية والانسانية. وفي الإطار ذاته، يستخدم مصطلح استقصائي كي لا يختلط بالتجريبي، أو بالإمبيريقي، فشكل البحث الإستقصائي enquête يقتصر على تجميع الحقائق والمعطيات، والتنقيب عنها، وتحليلها. والتحقق من صحتها، والتقصي الشامل لجميع الشواهد والأدلة، والإنتهاء إلى كتابة تقرير نهائي بالحقائق. وعندما يقوم الباحث بخطوة متقدمة أكثر، وذلك بمحاولة لتعميم الذي يستند إلى الحقائق المجمّعة، واكتشاف قواعد عامة يمكن التحقق منها مستقبلاً، أو إضافة معارف جديدة، يكون انتقل من شكل البحث الإستقصائي إلى شكل بحث آخر.[1]

وتطرح في العلوم الإجتماعية والانسانية إمكانية الإختيار بين شكل البحث الكميrecherche quantitative وبين شكل البحث الكيفي recherche qualitative. مع شكل البحث الكمي، يرسم الباحث، عن طريق التقنيات الإحصائية، صورة ذهنية لأبعاد وعوامل الواقع المجتمعي، ثم يختبر الصورة الذهنية التي رسمها، عن طريق قياسات الإرتباط corrélations، ووصف العلاقات بين العوامل والمتغيرات وصفاً دقيقاً تحديد إتجاهها ودرجتها وطابعها، وأخيراً، يكشف الباحث عن الإستدلالات التفسيرية بين عوامل ومتغيرات تابعة (مفسّرة) ومستقلة (مفسّرة).[2]

وأما مع شكل البحث الكيفي، فيدرك العقل المدرب تدريباً سليماً ويحس ويفهم، الوحدة في المعنى التي تتخلل الظواهر، كما يفهم العقل الرابطة الموحدة فهماً

---

1 - نفسه.

2 - A Russel, Méthodes de recherche en Sciences humaines, Jones, Nathalie Burnay 1999.

داخلياً، ويحس بها إحساساً مباشراً ويدركها دون معالجات تجريبية أو إحصائية، ودون أي استنتاج مباشر.

ويظهرالمعنى للعقل ظهوراً بديهياً، كما لو كان يقيناً لا يضيف إليه الإستنتاج شيئاً. فإذا شاهد الباحث مجموعة من العناصر، أمكنه أن يقيم علاقة منطقية بينها، وأن يكشف عن وجود انتماء واحد فيها، وأن يحدد فكرة موحدة تتخللها جميعها.[1]

وفي بحث الحالة étude de cas، يوجد مسألة بحث، أو قضية بحث، أو إشكاليّة محدّدة problématique de recherche ننزل بها إلى الحالة، ومع هذا النزول، تكون الحالات المدروسة متماثلة في انتمائها إلى مسألة البحث، أو قضية البحث، ولا يهم إذا كان حضور المسالة أو القضية يختلف بين حالة وأخرى. وأما في بحث الوحدة Monographie، فتدرس الوحدات، في اختلافها وتمايزها بين وحدة وأخرى، ولا يهم إذا وجدنا في الإختلاف تماثلاً يعبر عن انتمائها إلى كل واحد.

ويرى الباحثون الذين يمارسون شكل البحث التطبيقي recherche appliquée أن تقدم العلم لا يدور في حلقة لا نهائية من التشكيك والإختبار، فهو قادر على الوصول في لحظة معينة إلى تعميمات ومقولات يمكن تطبيقها في وقائع الطبيعة والإنسان. وعلى هذا الأساس، يعني البحث العلمي التنقيح المعرفي المستمر للنظريات والمناهج، وتنقيح الإضافات التي تلحق بها، وتنقيح تطبيقاتها، ووضعها على الدوام في مواجهة تجارب ومشكلات وتطبيقات جديدة.

ولهـذا، يلعـب انغـماس الأبحـاث العلميـة في شـؤون المجتمـع دوراً هامـاً، وكذلـك ممارسـة البحـث العلمـي لوظيفـة الخدمـة المجتمعيـة. وأمـا البيروقراطيـة العلميـة، والطلـب عـلى الأبحـاث، وتمويلهـا، وتنظيمهـا، وتحديـد موضوعاتهـا، فـلا تقـدم لأي

---

1 - نفسه.

علم من دونها، فهي تنقل ممارسة النظريات والمناهج العلمية إلى درجة عالية في سلم الإنتاجية العلمية.(1)

ويرتسم الخط الفاصل بين شكل البحث التطبيقي recherche appliquée، حيث الغرض من البحث العلمي تطبيق النظريات والمناهج القائمة، وبين شكل البحث الأساسي recherche fondamentale، حيث الغرض من البحث العلمي اكتشاف نظريات ومناهج جديدة.

وهكذا، يمكن أن نستمر إلى ما لا نهاية في عرض أشكال البحث العلمي في كتب العلم الأكاديمية الغربيّة :البحث الكامل و البحث الإستطلاعي الكشفي أو الصياغي والبحث الوصفي التشخيصي والبحث المسحي والبحث الإحصائي والبحث المكتبي أو الوثائقي والبحث التنبؤي والبحث الإبداعي والبحث المقارن و البحث الإستدلالي والبحث الإستردادي والبحث الفردي والبحث الجماعي و البحث بالمشاركة والبحث القاعدي المجذر والبحث السوسيوغرافي والبحث المعياري الوصفي والبحث الطولي والبحث الإستبياني والبحث الظاهراتي و البحث السوسيومتري...(2)

2 - علاقة الشكل بموضوع البحث:

يبقى أن لأبحاث الاعلام و الاتصال أشكالها الخاصة، ونعني بها طبيعة الدراسات المستخدمة في البحث وفقاً للهدف منه. فكل موضوع، وكل اشكاليّة تفرض منهجيّتها البحثية التي تخدم هذا الهدف، ومن هنا تطوّر المنهجيّات تبعا لتطوّر أهداف الأبحاث.

1 - راجع: عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي ، مكتبة وهبة ، القاهرة 1982 .

2 - محاضرات في منهجية البحث الاجتماعي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ص 46

عندما بدأنا مشوارنا في البحث (1982)، كان اختيار عنوان البحث الأول مهمة في غاية الصعوبة، و رحنا نجول بين المواضيع حتى رسى الاختيار على موضوع: "دور وسائل اعلام جامعة الدول العربية"، وكانت الأطروحة لنيل الكتوراه أقرب الى البحث الاستقصائي، وقد شملت دراسة لتحليل المضمون، وهنا ظهرت خصوصيّة هذا العلم وصعوبة تحليل المضمون و الخروج منه بنتائج محددة.

وقد ركّز البحث على الاعلام المكتوب، وكان هذا النوع يختصر مفهوم الاعلام في ذلك الوقت. واذا عدنا اليوم الى هذا العنوان، مع تطوّر التقنيات والاشكاليات حولها، لا بد من اختيار اشكالية أخرى نحدد فيها أي نوع من الوسائل نقصد، أو نشمل "وسائل الاعلام والاتصال" فلا يمكن التغاضي عن الوسائل السمعيّة البصرية، والوسائل الالكترونية للاعلام و الاتصال بعد الآن. واذا قرأنا اليوم تجربتنا كطالبة دراسات عليا مبتدئة في البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال في ذلك الزمن، لفهمنا هذا التخبّط في اختيار الموضوع وتحديد اشكاليّته ومنهجيّته. فقد كانت علوم الاعلام في طور التشكّل والنضوج، ولم نفهم في حينها أن اختيار موضوع البحث يتعلّق بالدراجة الأولى بهدف الباحث والنتيجة التي يريد الخروج بها، والكيفية التي يطمح بها للاستفادة من هذه النتيجة. فدوافع الباحث، على مستوى الحاضر والمستقبل، هي التي يجب أن توجّه اختيار الموضوع وتحديد الاشكاليّة و المنهجيّة. وهذا ما على طلابنا أن يفهموهوه تماما.

وفي السنوات الأولى من التجربة، شغلت بالنا مواضيع محددة اقتضدت الجمع بين البحث النظري والبحث التطبيقي، اذ تركّز اهتمامنا كباحثين في بداية التسعينات (1997-1993) على مواضيع تعتلق بدور وسائل الاعلام وأساليب تأثيرها. (1)

1 - مي العبدالله، "التأثير السياسي لوسائل الاعلام"، في"منبر الحوار"، عدد1993-31، و"دور الاعلام في دعم مشاريع تأهيل المعاقين، بيروت 1003، و"أساليب وسائل الاعلام في التأثير على الرأي العام"، في "المنطلق"، عدد1994-107، و"الاعلام والتنمية الاجتماعية في لبنان"، في "الفكر العربي"، ربيع 1997، و "التلفزيون و دوره في المدينة و الريف"، في "الفكر العربي"، صيف 1007.

كانت وسائل الاعلام، وخصوصا التلفزيون قد شغل الباحثين حول مضمونه ورسائله وتأثيراتها، وكثرت الدراسات الميدانية والتطبيقية التي ارتكزت على نظريّات التأثير المباشر وغير المباشر، و التبعية التقنيّة والثقافية. وبعد تطوّر وسائل الاتصال، ودخول الانترنت حياتنا بقوّة، انتقلنا الى التركيز على رهانات التكنلوجبا الحديثة ومواضيع العولمة وآثارها وتحدياتها (2002-1998). وتوافدت الدراسات التحليلية والنقدية التي تناولت هذه الاشكاليّات الحديثة.[1]

ومن المواضيع التكنلوجية الهامة، المواضيع المتعلّقة بالإعلام الألكتروني، والإعلام الفضائي، وبرامج الفضائيات التي تشغل بال الباحثين إلى اليوم (2010-2000). [2]

إلى جانب إهتنامنا بكل إشكاليّات التكنلوجيا الحديثة، بدأنا نهتم في السنوات الأخيرة بالدراسات النظرية، وبإشكاليات علوم الإعلام و الإتصال كعلم، وبالإعلام التنموي الهادف، واشكاليّاته التنظيمية، وكل الاشكاليّات المرتبطة بإعداد الاعلاميين و التكوين المهني. و أشكال الأبحاث في هذا المجال هي الأبحاث التطبيقية التي تؤدّي الى نظريّات محدّدة تصلح لأن تشكّل قاعدة

---

1 - مي العبدالله، "ثورة وسائل الاعلام والاتصال"، في"الصحافة اللبنانية"، نقابة الصحافة اللبنانية، آب 2002، "العرب في مواجهة تكنلوجيا الاتصال"، في "المستقبل العربي"، عدد1998-230، الاتصال في عصر العولمة- الدور والتحديات الجديدة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت 1999، "صناعة المعرفة في العالم ودور الحكومات"، في "الديار"، -12 5-1999، التلفزيون في لبنان والعالم العربي- أي دور لتقنيات الغد، دار النهضة العربية، بيروت 2001...

2 - مي العبدالله، الاتصال والديمقراطية-الفضائيات والحرب الإعلاميّة، دار النهضة العربية، بيروت 2004، العرب والاعلام الفضائي، مجموعة المستقبل العربي، المركز التربوي للبحوث و الانماء، المناهج الجديدة، بيروت 2000، الصحافة الألكترونية ، أوراق مؤتمر جامعة الشارقة 2006، إستشراف المستقبل، ثقافة الصورة، ثقافة الخوف، ثقافة المقاومة، أوراق مؤتمرات جامعة فلدلفيا، عمان 2009-2005.

للتخطيط و التفكير الإستراتيجي الإنمائي. [1]

وتشترك منهجيّة أبحاثنا في علوم الاعلام والإتصال مع الأبحاث في العلوم الاجتماعية والإنسانية الأخرى ببعض أنواع الدراسات التي تعتمد عليها، مثل:

أ- الدراسات التاريخية:

من الضروري أن تستخدم الدراسة التاريخية في أبحاث الاعلام والاتصال، إلاّ أن هناك مواضيع واشكاليات بحثية تعتمد اعتماداً رئيسياً عليها، كالدراسات التطورية التي تتجاوز مجرد عملية وصف الوضع الحالي للظاهرة، إلى وصف التغيرات التي حدثت خلال فترة زمنية معينة نتيجة لمرور الزمن، وهي مهمة ربما تقود الى تفسير ظاهرة أو ظواهر حالية، بل ربما تؤدي الدراسات التاريخية الى أبعد من ذلك في فتح آفاقٍ أخرى لدراسات جديدة، كتلك المتعلّقة بتطورات تكنلوجيا الاعلام والاتصال.

ونظراً لأن هذا النوع من الدراسات يدخل تحت مظلة أبحاث المنهج الكيفي، فإن جمع المعلومات لها وتحليلها يعتمد إعتماداً كبيراً على مهارة الباحث في التركيز على كل ما له علاقة بهدف دراسته، والابتعاد عن الإسهاب والتكرار غير المبرر. كما أن الباحث يحرص على التحقق من مصداقية مصادر تلك المعلومات التي سوف يستفيد منها عبر مقارنة بعضها ببعض، وترجيح الرأي الأقرب للصحة

---

1 - نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت 2005، علوم الاعلام والاتصال واشكاليات التكوين المهني، دار النهضة العربية، بيروت 2009، "التعليم الاعلامي في العالم العربي"، أوزاس، الملتقى الخامس عشر لأساتذة الاتصال، الكويت، ت1 2010،"تحديات العمل الاعلامي بين الجامعة و الميدان"، قناة "العربية"، دبي 2006-06-21، "التكوين الأكاديمي في مجال علوم الاعلام و الاتصال"، مؤتمر شبكة المتوسّط الاتصال، جامعة الرباط، المغرب ت2 2010، "علوم الاتصال في الدول العربية"، المؤتمر الفرنسي الروسي للهويّات الثقافيّة، جامعة موسكو ت2 2010.

وفق أدلة قوية. من أمثال ذلك أبحاثنا المتعلّقة باستخدامات وسائل الاتصال الحديثة، واستخدامات الشباب للتلفزيون حيث كان من الضروري استعراض مراحل تطوّر التقنيات ونشأة و تطوّر التلفزيون و الفضائيات.[1]

وانقسمت مصادر معلوماتنا الى قسمين هما: [2]

1 - المصادر الرئيسية: وهي الوثائق والمطبوعات أو المخطوطات التي حملت المعلومات الأولية، وكذلك الاشخاص الذين شهدوا الحدث عن قرب. مثال ذلك: الافراد الذين أسهموا في تأسيس صحيفة أو مجلة منذ زمن بعيد.

2 - المصادر الثانوية: وهي المنشورات التي أدت دوراً وسيطاً في نقل المعلومات عن غيرها من الوثائق، أو المطبوعات، او المخطوطات، او الافراد، كما تشمل الافراد الوسطاء الذين عاصروا الأشخاص الذين شهدوا الحدث عن قرب.

ب- الدراسات المبتكرة:

وهي الدراسات التي تهدف الى التعرف على ظاهرة جديدة، ولهذا تسمّيها بالمبتكرة لأن فكرتها إبداعية و جريئة، و كذلك بالتالي هي منهجيّتها البحثية الخاصّة جدا. ويدخل في هذا النوع، الدراسات التي تتطرق لمواضيع أو أجزاء من مواضيع لم يسبق تناولها البتة. ويكثر تطبيق هذا النوع في المرحلة التي تعقب اختيار موضوع ما لدراسته، وهو يتيح للباحث تطوير مناهج يتم استخدامها فيما بعد. ومن خصائص هذا النوع من الدراسات أنه لا يؤسس على معلومات سابقة تكون القاعدة الصلبة المطلوبة لأي بحث.

---

1 - راجع: مي العبدالله، الاتصال في عصر العولمة، و التلفزيون في لبنان و العالم العربي، دار النهضة العربية، بيروت 2001/2004.

2 - حسين سمير، بحوث الاعلام: الأسس والمبادىء، مؤسسة دار الشعب، القاهرة 1976، ص 146.

ولذا لا يمكن للباحث، من خلال المعلومات التي يحصل عليها، التعمق في البحث بصورة جيدة كمحاولة معرفة العلاقة بين المتغيرات، بل إن المقصود منه جمع معلومات أولية قد تسهم في اعادة صياغة إشكاليّة الدراسة وتساؤلاتها أو فرضياتها، وهذا ما يفسر لجوء الباحثين في البحوث الاستكشافية غالباً الى استخدام الاسئلة المفتوحة، وذلك لكي يتم الحصول على أكبر قدر من المعلومات التي تعين في تطبيق الاحصاء الاستنتاجي الذي يقوم على اختبار الفرضيات.

ومع أن الدراسات المبتكرة قد تنشأ من جراء رغبة محدودة لدى الباحث في فحص أبعاد الظاهرة، وإشباع فضوله في التعرف عليها، إلاّ أنّ ذلك يجب ان لا يقلّل من اهمية هذا النوع من الأبحاث، وذلك لأنها كثيراً ما تقود الى خلق آفاق جديدة في مجالات اهتمام مستخدميها. فهي "قد تفتح قناة للبحث كان ينبغي أن تطرق منذ أمد بعيد، بل قد تقدح شرارة الخيال العلمي لدى البعض، وقد تقود الى حل مشكلة كانت تبدو بعيدة أو ليست ذات علاقة الى أن تم اختيار محيطها من خلال دراسة أولية أدت الى منظور جديد لمجموعة من الظواهر".[1]

والأمثلة على هذا النوع من الدراسات في أبحاث علوم الاعلام و الاتصال كثيرة، لكون هذا الحقل بكر، وما زال كل موضوع يعتبر جديدا لكونه لم يعالج من قبل، أوعولج قليلا، مثل كل المواضيع المتعلّقة بالاعلام و المجتمع المحلي، أو الاعلام المناطقي، أو الاعلام التنموي، أو حتى الأطر المعرفية وإشكاليات علوم الاعلام والاتصال نفسها. ونذكر من أبحاثنا خصوصا تلك التي أوردت دراسات حول دور الاعلام في المجتمع، والإعلام التنموي، مثل: "دور الاعلام في دعم مشاريع تأهيل المعاقين"، و هو بحث لم نجد له من الدراسات السابقة الاّ القليل القليل، وآخر حول "مواقع المرأة العربية على

---

1 - ساسي سفيان، مناهج البحث العلمي، الحوار المتمدن، العدد: 1061، 2004 / 12 / 28 .

الانترنت" وهي دراسة مبتكرة بالتأكيد.

ج- الدراسات الوصفية:

يهدف هذا النوع من الدراسات إلى جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة، وذلك من خلال تحديد ماهية الاشياء. وتتفاوت درجة الوصف المطلوبة من دراسة لأخرى وفقاً لهدف الدراسة وتساؤلاتها، فالباحث الذي يستخدم المنهج الكمي مثلاً لمجرد محاولة تحديد حجم جمهور الاذاعة في مدينة من المدن قد لا يحتاج سوى الى معرفة نسبة شريحة الجمهور من العدد الاجمالي، وهذه مهمة يسيرة مقارنة بباحث آخر يريد أن يعطي وصفاً لخصائص الجمهور بالتفصيل، بمعنى أن يوفر ملفاً شاملاً وفقاً لمتغيرات محددة كالجنس، والعمر، والحالة الاجتماعية، وساعات الاستماع، والبرامج المفضلة... الخ.

أما مع الدراسات الكيفية، فإن الأمر يمكن أن يكون أكثر صعوبة وحساسية، إذ إن على الباحث أن يعمل جاهداً في التعرف على كل ما له علاقة بالظاهرة المدروسة من خلال البحث عما بسمى بـ "وحدات النشاط التي يمكن تفتيت كل واحدة منها الى وحدات صغيرة". هذه الوحدات في واقع الأمر أشبه ما تكون بمتغيرات الموضوع أو عناصره[1].

مثال ذلك: الباحث الذي يريد أن يدرس نشاط المؤسسات الصحفية، فهو وإن حدد تساؤلات دراسته فإنه لن يضع معياراً محدداً يحكم كيفية إجابته عنها كما

---

1 - راجع: مي العبدالله، دور الاعلام في دعم مشاريع تأهيل المعاقين، كتيّب، دار الحسيني للطباعة و النشر، بيروت 1993.

وأيضا: "مواقع المرأة العربية على الانترنت:، كتاب "باحثات"، الباحثات اللبنانيات، العدد 9، بيروت 2004-2003.

هو الحال مع الدراسات الكمية، وإنما يبقى الأمر تقريبياً فقط، ومحدوداً بمهارة الباحث وقدرته في الوصول الى المعلومة. وهو قد يعطي إجابة وصفية لتساؤلٍ من التساؤلات بطريقة تختلف عن وصف شخص آخر تناول الموضوع نفسه. ولذا ينصح الباحثون المستخدمون لهذا المنهج بمحاولة تفتيت نقطة التركيز الى أجزاء يتم عبرها وصف تلك الاجزاء من جميع الزوايا ذات العلاقة ما أمكن. فلو كان احد عناصر الدراسة التي تبحث في نشاط المؤسسات تركز على اجتماعات المسؤولين فيها فلربما يحتاج الباحث الى استخدام منهج الصحفيين في محاولة الاجابة عن التساؤلات الخمسة المعروفة: من- ماذا؟- متى؟- أين؟- كيف؟ كجزء من محاولة الوصف.[1]

وهذا ما قمنا به مثلا عند انجاز البحث الشامل حول اشكاليات التكوين الاعلامي، حيث استخدمنا الدراسة الوصفية المرتبطة بالمؤسسات الاعلامية وأنواعها وتقسيمات العمل فيها وظروف العاملين و أعدادهم وخصائصهم، وكذلك بالنسبة للمؤسسات الأكاديمية و الخرّيجين، الخ...[2]

ج- دراسات الارتباط:

تهدف دراسات هذا النوع بشكل عام إلى التعرف على مدى وجود علاقة بين متغيّرين أو أكثر مع تحديد درجة تلك العلاقة. وهذا الهدف لا يمكن التوصّل اليه سوى عن طريق الدراسات الكمية، إذ إن الباحث يلزمه وضع قيم محددة لقياس المتغيرات، ومن ثم تطبيق أي من اختبارات الارتباط الاحصائية المناسبة، للبحث عما إذا كان هناك علاقة أم لا. وقد يدرس الباحث في هذا النوع من الدراسات

1 - ساسي سفيان، مناهج البحث العلمي، مصدر سابق.

2 - راجع: مي العبدالله، علوم الاعلام و الاتصال و اشكاليّات التكوين المهني، دار النهضة العربية، بيروت 2009.

العلاقة بين متغيرين أحدهما مستقل والآخر تابع، أو بين عدة متغيرات تابعة ومتغير رئيسي واحد "مستقل".

ويمكن تحديد درجة العلاقة أو الارتباط من خلال نتيجة اختبار العلاقة التي تتراوح بين 0.00 و 1 وتكون العلاقة على نوعين:

1 - إيجابية أو طرديّة: بمعنى أن هناك زيادة مطردة بين المتغيرين في القيم. مثال ذلك: أن يلاحظ الباحث أنه كلما زادت كثافة الحملة الاعلانية كلما زادت مبيعات تلك السلعة المعلن عنها، وتصل العلاقة إلى درجة الكمال في هذا النوع من العلاقات عندما تكون النتيجة 1 +.

2 - سلبية أو عكسيّة: بمعنى أن يكتشف الباحث تخالفاً في اتجاه المتغيرين اللذين يختبر علاقة أحدهما بالآخر. بمعنى ان يلاحظ انه أذا زاد أحدهما في القيمة نقص الآخر، مثال ذلك: أن يجد الباحث في إحدى اخنبارات الإرتباط أنه كلما تقدم الانسان في عمره كلما قلت ساعات مشاهدته للتلفزيون. وتصل العلاقة درجة الكمال في هذا النوع من العلاقات عندما تكون النتيجة .[1]

وينبغي التنبيه الى أهمية التحفظ في قبول نتائج الارتباط كدليل على إقرار علاقة السببية، بمعنى أن لا يسلّم الباحث بأن العلاقة التي يجدها بين عاملين أو أكثر تعني بأن العامل المستقل سبب أكيد في حدوث العامل المتغير، ذلك لأنه قد يكون هناك عامل آخر أساسي أدى الى وجود تلك العلاقة. فمثلاً قد يكون السبب الحقيقي في قلة مشاهدة التلفزيون مع تقدم العمر ترجع الى عامل آخر يكمن في عدم وجود وقت فراغ كافٍ يسمح بالمشاهدة أو أي سبب آخر. غير ان قوة العلاقة، إن وجدت، يمكن أن تؤخذ على أنها مؤشر يؤدي الى دراسة العلاقة السببية من خلال دراسة تجريبية تدعم مدى صحة ذلك المؤشر.

---

1 - ساسي سفيان، مناهج البحث العلمي، المصدر نفسه.

وهذا لا يعني بأن الدراسات الارتباطية تستخدم فقط من أجل البحث عن مؤشرات سببية تقود الى دراسات تجريبية، بل إن العلاقة القوية بين المتغير المستقل والمتغير التابع أو مجموعة منها تعني إمكانية التنبؤ بأن وجود العامل المستقل يؤدي الى وجود العامل التابع ذي العلاقة.[1]

مثال ذلك كل بحوث التأثير الاعلامي التي لم نمكن فيها من التوصّل الى نتائج ثابتة حول حجم التأثير، أو تأكيده أو نفيه، الاّ أن النتائج حول المتغيّرات تم ربطها لاستنتاج مؤشرات التغيير، مثل ما فعلناه في دراسة الارتباط حول استخدامات اشباب اللبناني للتلفزيون وبالتالي حول المتغيّرات المتعلّقة بتأثير التلفزيون على هؤلاء الشباب.[2]

د- الدراسات "السببية" أو "التجريبية":

تكمن قوّة الدراسات التجريبية في قدرة الباحث على التحكم بصورة دقيقة في بيئة دراسته بما في ذلك عملية تسليط العامل المستقل على العامل التابع.

ويتم هذا النوع من الدراسات في إطار ما يسمى بالدراسات التجريبية الضابطة، وتتمثل فكرة هذه الدراسات باختصار في أن يقوم الباحث بعملية اختيارعشوائي لعينة دراسته، ثم يقيس درجة القيم التي طورها للمتغير التابع على أفراد تلك العينة في المرحلة الأولى. بعد ذلك يسلّط ما يعتقد بأنه المؤثر (العامل المستقل) على أفراد العينة، ومن ثم يعاود الباحث عملية القياس عليهم، ليتعرف على مدى تأثير ذلك العامل الذي سلطه على العامل التابع، ويمكن ان يكشف عن ذلك عبر

1 - راجع:.Plusieurs auteurs، La recherche en SIC، Sous la direction de Stéphane Olivesi ،op.cit

2 - راجع: مي العبدالله، التلفزيون في عالم متغيّر، دار النهضة العربية، بيروت 2004.

مقارنة النتيجتين الاولى والثانية.

ومما هو شبيه بهذا الاسلوب الدراسات السببية المقارنة: وهي الدراسات التي لا يمكن فيها للباحث تسليط العامل المستقل لاستحالة عمل ذلك، وذلك كمتغيرات العمر او المستوى التعليمي ونحوها. وفي هذه الحالة يلجأ الباحث الى الفصل بين نتائج أفراد العينة وفقاً لطبيعة المتغيرات المستقلة التي يريد أن يتعرف على درجة تأثيرها في المتغيرات التابعة ومن ثم يقارن بينها.[1]

وتنقسم دراسات الاعلام والاتصال باعتبار العامل الزمني الى قسمين:

1 - الدراسات الآحادية Cross – Sectional Studies: ونعني بها هنا الدراسات التي يتم تطبيقها لمرة واحدة فقط، وهذا النوع يشبه الى حد ما أخذ لقطة فوتوغرافية واحدة لمجتمع العينة ووصفها تباعاً لما تبديه تلك اللقطة، ولعل من أهم المآخذ على هذا الاسلوب الآحادي أنه قادر

على وصف ذلك المجتمع في مدة قصيرة فقط، وهي تلك الحقبة التي أجريت فيها الدراسة من غير إعطاء تصور كامل للمتغيرات التي تحدث لذلك المجتمع عبر ازمان مختلفة وهو ما يعد أمراً مهماً في بعض الحالات كمسألة تحديد ما إذا كان حجم جمهور المحطة الاذاعية أو التلفزيونية في تصاعد أو انحدار.

-2 الدراسات الممتدة Longitudinal Studies: وهذا الاسلوب مصمم لمعالجة المأخذ الذي أشرنا اليه آنفاً في الدراسات الآحادية، فمن خلاله يمكن لنا معرفة التغيرات التي تحدق للجمهور، او وسائل الاعلام، ومضمونها في أوقات مختلفة، وتتلخص طريقة هذا النوع من البحوث في إجراء الدراسة أكثر من مرة واحدة وفي أوقات متفاوتة، غير انه يمكن تقسيم هذه الدراسات الى قسمين:

أ- دراسة دورية Trend Study: ويعنى بها قيام الباحث بدراسة عينات مختلفة

1 - المرجع نفسه.

في أوقات متباينة ف مجتمع بحث واحد.

ب- دراسة المجموعة Panel Study: ويقصد بهذا القسم أن يختار الباحث عينة واحدة من مجتمع الدراسة ويستمر في دراستها عبر الأوقات المختلفة.

ويشيع استخدام هذا النوع من الدراسات في القياسات التي تقوم بها شركات قياس حجم الجمهور، وذلك حين تلجأ تلك الشركات الى ربط جهاز القياس الالكتروني بأجهزة التلفزيون في منازل متعددة تمثل عينة مستمرة يتم مراقبة سلوك تحكم أفرادها في أجهزتهم التلفزيونية لفترة طويلة قد تصل الى سنة أو أكثر.[1]

وبالرغم من أن الدراسة الدورية تمتاز على دراسة المجموعة في مرونتها، المتجسدة في أن الدارس لا يلزم نفسه بالتقيد بأفراد معينين ربما يخسرهم في ظروف معينة، كانتقال أحدهم الى منطقة نائية يكون لها تأثير في سلوكه تجاه الوسيلة المقصود دراستها، إلا ان الثانية تتفوق على الأولى في إبعاد عناء اختيار عينات مختلفة عن الباحث، كما انها تتفوق في القطع بان أي تغيير يرصده الباحث لم يكن لاعتبارات الاختلاف في أفراد العينة مما هو وارد حدوثه في دراسة الدورية.[2]

1 - نفسه.

2 - ساسي سفيان، مناهج البحث العلمي، المصدر نفسه.

III- المنهجيّات الخاصّة بحقول الاعلام والاتصال

اليوم، تتفرّع علوم الإعلام والاتصال حسب حقول المعرفة و الإشكاليات البحثيّة، الى ثلاثة أقسام رئيسيّة عامة هي: علوم الاعلام و الاتصال، وعلم ادارة المؤسسات والعلاقات العامة، وعلم إدارة المعلومات والمكتبات. ولكل من هذه القطاعات المعرفية خصائصها، مع أن المجالات الثلاثة تلتقي في إشكاليّات عديدة تتشاركها. وبالتالي تتشارك هذه الأقسام المنهجيّات البحثيّة، وفي نفس الوقت يتكرّر استخدام كل منها لبعض المنهجيات المحدّدة بناء على مواضيع البحوث واتجاهاتها.

1 - في علوم الاعلام والاتصال :

بالرغم من استخدام الأدوات ذاتها في أبحاث مختلف وسائل الاعلام والاتصال، كتحليل المضمون، والاستبانة، والمقابلة، والملاحظة، يتكرر استخدام البعض منها في الاختصاص الواحد بناء على موضوع البحث. لكن المجال يبقى مفتوحا أمام خيار الباحث و أهدافه، و لا ننسى ظهور اشكاليات جديدة معقّدة مرتبطة بالاعلام الالكتروني وأشكاله الاتصالية الجديدة، خصوصا في نهاية القرن العشرين، و كل ما نتج عن تطوّراته من تحديات وقضايا مطروحة للبحث.

ولا بد لنا في هذه المحطّة من الكتاب، أن نعود إلى جولتنا في مسارنا الأكاديمي في مختلف حقول علوم الاعلام والاتصال، لفهم "تميّز" هذا الاختصاص المعرفي الواسع و مناهجه "الخاصّة"، لعل تجربتنا تنير الطريق للطلاب والباحثين الجدد.

تعتبر كلية الإعلام والتوثيق في الجامعة اللبنانية، التي تخرّجت منها وأدرّس فيها

منذ سنة 1986، المؤسسة الأهم في تخريج الجامعيين المختصين في حقل الإعلام والاتصال في لبنان والصحافيين في مختلف المجالات المكتوبة والسّمعية البصرية. و هي من أعرق المؤسسات العربية في هذا المجال، وقد أعطت الإعلام العربي نخبة من العاملين فيه. ولعل ما كان يميز هذه الكليّة ، وما زال، وجودها في بيئة إعلامية متطورة و"ديمقراطيّة" نسبياً. ولا تختلف الكلية كثيراً عن مثيلاتها في الوطن العربي لجهة المناهج على الأقل، فالعلم واحد، والمصادر واحدة، وقد تكاد تكون جميعها منقولة ، بشكل أو بآخر ، من مناهج الكليات والمعاهد الرائدة في العالمين الإوروبي والأمريكي.

وأبرز ما كانت، وما زالت، تعانيه الجامعة اللبنانية هو النقص في الموارد المالية والبشرية إذ انها غير كافية بالنسبة للجامعة، خاصة ان هذه الموارد تأتي من قبل الدولة، إضافة الى الصعوبات والمعوقات التي تعترض مهام الجامعة في مجال الاعلام، وهذه الصعوبات بالمجمل هي روتينيه مرتبطة بالنظام الإداري اللبناني. ولذلك لم نتلقّ من الجامعة أي تشجيع أو دعم لأبحاثنا، وقدغابت سياسة دعم البحث العلمي والفرق البحثية لفترة طويلة عن السياسة العامة لجامعتنا.

سنة 1978 بدأ مشوارنا الجامعي باختصاص الصحافة المكتوبة بهدف تعلّم مهن الصحافة وممارسة العمل الصحفي. ففي ذلك الوقت لم يكن الاعلام علما، بل كان ممارسة مهنية مثل غيرها وكانت الصحافة هي الفرع البارز. ولم يكن بعد، رغم ظهور وتطوّر التلفزيون، تلك المكانة لمجال المرأي و المسموع. بالتالي كان أساتذتنا في "كليّة الاعلام والتوثيق" في الجامعة اللبنانية، إما أصحاب شهادات في الاختصاصات الأخرى للعلوم الاجتماعية و الانسانيّة، كالتاريخ والآداب والعلوم الاجتماعية والعلوم السياسية و الحقوق، أو مهنيين يمارسون العمل الصحفي أو الاعلامي في الاذاعة اللبنانية وتلفزيون لبنان.

وبالسـبب الظـروف الأمنيّـة في لبنـان، وكل صعوبـات ممارسـة مهنـة الصحافـة،

كنّا من الدفعة الأولى التي توجّهت إلى فرنسا لمتابعة الدراسات العليا في "علوم الاعلام والاتصال"، الذي كان في بدايات ظهوره في فرنسا والعالم المتقدّم. وكان هذا العالم قد بدأ يتحوّل إلى النظام الأميركي الجديد للدراسات العليا ((LMD، وكنّا أول من عاد إلى الجامعة في لبنان حاملين شهادة الدكتوراه في "علوم الاعلام و الاتصال"في النظام الجديد. وكان التحدّي البحثي كبيرا، في مجال متشتت كهذا: بدأنا التعليم في قسم الصحافة بصورة أساسية، وكانت مواضيع أبحاثنا الأولى مرتبطة بحقل الصحافة المكتوبة.

لقد وضعت الأبحاث الصحفية البذور الأولى التي ساهمت في نشأة منهج البحث الإعلامي. وفي هذا الصدد يذكر أحد المختصين بان محاولة التعرف على الصحف وسبر أغوارها بأسلوب بحثي يحاكي الاسلوب العلمي الحديث، يعود الى عام 1918 عندما وضع الباحث الأمريكي روجر كتاباً رائداً في عالم الصحافة، أطلق عليه عنوان "بناء الصحيفة". [1]

لكن المجال قد توسّع حديثا وتعدّدت اشكالياته مع دخول الصحافة المجال الالكتروني بحيث توسّعت المواضيع و ارتبطت، كما سبق و شرحنا، بقضايا اقتصادية و اجتماعية و ثقافية وسياسية متشابكة عديدة.

ولكي يتم تركيز الرؤية على الكم الضخم من المعلومات الذي حملته تكنلوجيا الاتصال الحديثة، نقوم بتصنيف أبحاث الصحافة المكتوبة وفقاً لعناصرها الثلاثة التالية:

1 - أبحاث متعلقة بالرسالة الصحفية.

2 - أبحاث متعلقة بالمتلقي للمادة الصحفية.

1- G. Stone.، Examining newspapers: What research reveals about America's newspapers,. California1987 Volume 20. Newbury Park, Sage

3 - أبحاث متعلقة بالقائم بالاتصال الصحفي والعوامل المؤثرة في رسالته.

أ- أبحاث الرسالة الصحفية message :

قد يكون موضوع البحث متمحورا حول مضمون الرسالة الاعلامية وقيمته أو أبعاده أو تأثيراته. وقد يتمحور حول "المقروئية" للصحيفة readability أو المشاهدة والاستماع للوسائل الأخرى، ونعني بها مجموعة العناصر التي تمكن القارىء من الفهم والاستمتاع بالمادة الصحفيّة. وعلى الرغم من عدم شيوع دراسات "المقروئية" مقارنة بنظيراتها، إلا أنها يمكن أن تساهم إلى حد كبير في إثراء الأبحاث المهتمة بطبيعة مضامين وسائل الاعلام المطبوعة. [1]

تتعدد أساليب الباحثين ومقاييسهم في تطبيق هذا النوع من الأبحاث باستخدام نماذج متعددة للتحقق من ملاءمة النص لجميع القرّاء: مثل مقياس فليش الذي يعتمد بدرجة كبيرة على قياس عدد المقاطع ومتوسط طول الجملة، وكذلك مقياس جاننج الذي يعتمد على إحصاء عدد الجمل.[2]

ويعتبر مقياس تيلور من أفضل ما طور في هذا المجال، ويتمثل هذا المنهج المسمى بـ Close Procedure الأسلوب المغلق، في أن يتبع الباحث الخطوات التالية: [3]

-1 يختار الباحث من المادة الصحفية مقطعاً مكونا من 200 الى 300 كلمة.

-2 تحذف الكلمة الخامسة من كل جملة على أن يتم اختيار الكلمة الاولى من أولى الجمل بطريقة عشوائية ويوضع فراغ مكان الجملة المحذوفة.

---

1 - روجر ودومينيك ويمر، مناهج البحث الاعلامي، ترجمة وتقديم: صالح خليل أبو إصبع، صبرا للطباعة والنشر، دمشق1989، ص 254.

-2 G. Flower & J. Smith، Readability of Newspapers and magazines over time، Newspaper Research Journal، N.Y.1979..

3 - محمد عبد المجيد، بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة 1992، ص. 171.

3 - يزوّد المبحوثون بنسخة من تلك القطعة، ويطلب منهم ملء الفراغ بما يعتقدون أنها الكلمات الصحيحة المحذوفة.

4 - بعد ذلك يحسب عدد المرات التي استطاع المبحوثون فيها اعطاء الكلمة الصحيحة، وبذلك تحسب تلك المرات أو نسبتها كنتيجة فعلية للمقروئية.

وتركّز دراسات المضمون، من جهة أخرى، على مدى تأثير عناصر الشكل، وبخاصة ما هو متعلق منها بتصميم الصفحة وبنوع الخط المستخدم في العناوين الرئيسة، على إقبال القراء. كما أن من أهم العوامل المستقلة التي تؤخذ في الاعتبار في هذه الحالة، مساحة البياض الموجود في الصفحة، العناوين الرئيسة أشكالها واتجاهاتها (أفقية، رأسية، مائلة)، حجم الخط ونوعه، طول الفقرات،عرض الاعمدة، وموقع الصور والرسوم ومساحاتها.[1]

ب- أبحاث المتلقي:

تهدف هذه الأبحاث إلى محاولة التعرّف على الجمهور المفقود، للتعرف على أسباب إحجام غير القرّاء عن الاطلاع والقراءة أو الاقبال على الصحيفة. ويتم ذلك من خلال التعرف على متغيرات مهمة يمكن التأثير فيها أو توظيفها في صالح تطوير الصحف وزيادة مبيعاتها، مثل المعلومات الشخصيّة لقراء الصحيفة أو الصحف المعنية بالبحث.

فقد يهتم الباحث في هذا الجانب بمحاولة التعرف على متوسط دخل القراء لصحيفة معينة، وكذلك متوسط أعمارهم ومستوياتهم التعليمية، بالإضافة الى جنسهم وما شابه ذلك من المعلومات التي قد تساهم في توجيه المواضيع التي

1- W. Taylor، Cloze Procedure: a new tool for measuring readability، Journalism Quarterly، N.Y. 1953، pp.415-433.

ينبغي أن تركز عليها المطبوعة المعنية بالدراسة. وبالتالي تؤدي المعلومات الى زيادة الاشتراك، وتساهم في تشجيع المعلنين على زيادة إعلاناتهم الموجهة لتلك الفئة من القراء.ولهذا فإن أكثر الجهات إستفادة من هذا النوع من الأبحاث هم المعلنون الذين يرغبون في معرفة خصائص قراء المطبوعة، والربط بينها وبين خصائص الفئة المستهلكة لسلعته أو إنتاجه. ولقد تنبهت لذلك الهدف بعض شركات النشر، وعمدت إلى إصدار مطبوعات متخصصة موجّهة إلى فئة معينة من القراء وفقاً لميولهم أو تركيبهم الديموغرافي.

وقد يهدف الباحث الى التحقق من حجم قراءة الجمهور للمطبوعة، والى دراسة سلوكه معها، من خلال المضمون الذي تمت قراءته. وتعود بداية هذا النوع من الأبحاث الى تاريخ الحرب العالمية الثانية، عندما بدأت مؤسسة غالوب الشهيرة باستخدام منهج مبتكر في البحوث الصحفية في قياسها للرأي العام، يتمثل في تزويد مجموعة من الافراد بنسخ من صحيفة معينة للاطلاع عليها، ثم يلي ذلك إجراء مقابلة شخصية مع كل فرد منهم، وسؤالهم عن المقالات أو الاخبار التي قرؤوها أو اطلعوا عليها في تلك الصحيفة. هذا الأسلوب لقي إستحساناً ورواجاً كبيرين خاصة من قبل المؤسسات الصحفية التي وجدت في ذلك أسلوباً جيداً يمكن أن يساعدها في مقاومة منافسة وسائل الاعلام المسموع والمرئي، بحيث تتعرف على رأي جمهورها في كل ما من شأنه المحافظة على أعداداهم التي أخذت في التناقص.[1]

يشمل هذا النوع من الدراسات عملية التحقق من كون الفرد الواحد من العينة يعد قارئا للصحيفة أو الصحف أو غير قارىء لها، ويتم التوصل الى هذا الهدف

1 - راجع: محمد فضل الحديدي، إتجاهات حديثة فى دراسات الجمهور والرأى العام، مكتبة نانسي، القاهرة 2009.

من خلال طرق متنوعة تختبر بها العينة. غير ان المشكلة التي تواجه باحثي هذا النوع هي في إعطاء تعريف دقيق للشخص الذي يعد قارئاً والشخص الذي يعد غير قارىء. ففي بعض الأبحاث يعرّف الشخص غير قارىء للصحف او الصحيفة بالشخص الذي نادراً ما يقرأ الصحيفة أو لا يقرؤها على الإطلاق.

ومن المتغيّرات الشائع إستخدامها في الاستبيانات التي تبحث في هذا الموضوع، الصفحات التي تمت قراءتها، مدة ووقت القراءة، مكان القراءة، ومصدر الحصول على النسخة.[1]

أمّا في الدراسات التي ترتكز على إحدى أو بعض نظريات التأثير المعروفة في الاتصال، فمن الأساليب المتبعة، على سبيل المثال، محاولة معرفة أسباب استخدام الجمهور للصحيفة ومدى تحقق "الإشباع" الذي يبحث عنه. ويكون الهدف الرئيسي في هذه الدراسات معرفة الدوافع الحقيقية سواء الشخصية منها او النفسية، التي تقود المرء الى قراءة الصحف بشكل عام أو صحيفة بعينها (نظرية الإستخدام والإشباع). ولكن مشكلة هذا النوع من الدراسات تكمن في صعوبة توضيح مؤشرات التأثير، ولذلك تبقى الطريقة الفضلى متابعة مؤشرات السلوك ومقارنتها بمتغيّرات الاستخدام والاشباع.[2]

ومن الدراسات الأخرى النادرة والمبتكرة، الخاصّة بالمتلقّي، دراسات التوزيع حيث يتبع الباحث طرقاً مختلفة لدراسة عمليّة توزيع الصحف والمجلات وانتشارها. فيمكن قياس أكثر المناطق استهلاكاً للصحيفة أو المجلة وخصائص تلك المناطق، كأن يدقق الباحث في معرفة نسبة التوزيع في بعض أحياء مدينة

---

1 ـ روجيه و دومينيك ويمر، مصدر سابق، ص. 256.

2 - Michael Brown، Estimating newspaper and magazine readership، In Kent، R. (ed)، Measuring media audiences Routledge، New York 1994، p.133.

بيروت، وما تركيبة الفئة التي تقطن تلك الأحياء. وقد يذهب الباحث الى ما هو أبعد من ذلك فيحاول معرفة مدى جودة توزيع الصحيفة في المناطق النائية عن موطن نشرها، ومدى منافستها لصحف تلك المنطقة. وقد يستخدم الباحث أيضا الجمهور كوحدة للتحليل، ويطرح على الأفراد أسئلة متعددة عن الصعوبات المتعلقة بالتوزيع والتي تجعل مسألة الحصول على الصحيفة أمراً متعذراً. بل إن بعض الباحثين يجد في المشتركين في صحف معينة الذين ألغوا إشتراكهم، عينة مناسبة لسؤالهم عن المبررات التي حدت بهم الى إلغاء اشتراكاتهم، إذ قد يكشف الباحث عن أسباب يجهلها القائمون على المطبوعة، وذلك كالتأخر في وصولها في حينها أو عدم وصولها في حالة سليمة أو ارتفاع أسعارها...

ج- أبحاث القائم بالاتصال الصحفي:

ويندرج تحت هذا التقسيم دراسات العاملين بالصحيفة، ولعل أهم المتغيرات التي تحظى باهتمام الباحثين في هذا الموضوع، متغير التأهيل، والمستوى التعليمي، ونوع التخصص، والخبرة الصحفية. ولا يقتصر البحث في هذا الجانب على مجرد الوصف، وإنما يتجاوزه الى محاولة التحقق من مدى تأثيره او تأثره بمتغيرات أخرى، كحجم الصحيفة وشهرتها، وظروف العمل وشروطه. كما ان من تساؤلات الباحثين في هذا المجال ما يتعلق بمستوى الدخل الذي يحصل عليه العامل بالصحيفة، وكذلك الدورات التدريبية التي تتيحها الصحيفة لموظّفيها، والشروط التي تضعها للراغبين في العمل في أي مجال من مجالاتها، واللغات التي يجيدها اولئلك العاملون في الصحيفة خصوصاً المحررون، وعلاقة ذلك كله بالأداء الوظيفي.

ولعل مما يناسب تناوله في هذا الجانب محاولة استكشاف دور العلاقات الشخصية في التحاق الافراد بالعمل الصحفي وتأثير ذلك على مستوى الصحيفة وتطورها.

من الابحاث الهامّة التي تندرج تحت هذا القسم دراسة الرضا الوظيفي لدى العاملين في المؤسسة الصحفية. وعلى الرغم من أن بعض الدراسات أشارت الى وجود علاقة بين الرضا وبين الدوافع الموجودة لدى الأفراد للعمل في الصحيفة تفوق في قوتها العلاقة بينه وبين المتغيرات الشخصية (الديموغرافية)، إلاّ أنه يمكن البحث عن علاقته بمتغيّرات أخرى كالحوافز المادية والمعنويّة، والإمكانات التي تقدمها الصحيفة مثلاً.(1)

أمّا دراسات إدارة المؤسسات الصحفية وملكيتها، فقد تأخرالباحثون في تناولها، سواء في العالم العربي أو في أجزاء مختلفة من العالم. وقد يعود السبب في ذلك الى قلة الباحثين المؤهلين القادرين على معالجة هذا الجانب بطريقة شمولية، تمزج بين المعرفة التامة لمهام الجهاز الصحفي في تلك المؤسسات والأساليب المختلفة لإدارتها. ويرى بعض الباحثين بأن حقبة الثمانينيات تعد الانطلاقة الحقيقية لنمو وتطور دراسة إدارة المؤسسات الصحفية من قبل المختصين في الاعلام و الاتصال، وهو ما أوجد نوعا من التراكم المعرفي لباحثين من مختلف المجالات، تناولوا الموضوع ذاته وأولوه الاهتمام المطلوب.

وفي العالم العربي كانت دراسة إدارة المؤسسات الصحفية أيضاً من الموضوعات التي ندر تناولها، باستثناء جهود عدد محدود من الكتاب الذين تناولوا الموضوع مباشرة أو عرضاً أثناء دراستهم لموضوعات تتعلق بها، وذلك كالبحث في العوامل المؤثرة في إصدار الصحف. (2)

---

1 - راجع:

H .Weaver & G. Wihlhoit ، The American Journalists: A a portrait of U.S.

news people and their work، Indiana University Press، Bloomington 1986.

2 - مي العبدالله، علوم الاعلام و الاتصال واشكاليّات التكوين المهني، مرجع سابق.

ومن المواضيع التي اهتم بها الدارسون في مجال الإدارة الصحفية، مسألة التعرف على النمط الإداري السائد في الصحف على اختلاف أنواعها. وليس من المستغرب أن يعتبر متغير حجم الصحيفة أمراً حاسماً في تحديد النمط الاداري. غير ان هناك من لجأ الى محاولة التعرّف على جوانب إمتزاج الإدارة بالصحافة من خلال تصنيف مهام رؤساء التحرير الإدارية والصحفية. ومما يدخل في هذا الموضوع كهدف بحثي مهم، تساؤل الباحثين عن قدرة المحررين على المشاركة في اتخاذ القرارات وقدر الحرية المتاحة لهم في ذلك.[1]

ومع غزو البث المباشر لسائر دول العالم، بما في ذلك دول العالم الثالث، ودخول الانترنت و برامجها وأدواتها مجال الاعلام وفضاء الاتصال، كان من الطبيعي أن تحظى الوسائل المرئية و المسموعة باهتمام كبير من قبل الباحثين في سائر أنحاء العالم. ، وذلك لسببين:

أولاً: أن هذه الوسائل ظاهرة ذات انعكاسات متشعبة ومعقدة على حياة الناس، وتحتاج الى جهود علمية مكثفة للتعرف على أبعادها.

ثانياً: أن المحطات الإذاعية والتلفزيونية أصبحت تابعة للقطاع الخاص، وبالتالي ذات توجه تجاري بالدرجة الأولى، ويهمها معرفة مدى إقبال الجماهيرعليها، ونوعية البرامج التي يفضلونها.

وفي ضوء السببين السابقين، وتجربتنا الخاصّة، يمكننا القول: إن تحديد المناهج المستخدمة في جمع المعلومات عن جمهور وسائل الاعلام والاتصال المرئية والمسموعة يعتمد اعتماداً كبيراً على الهدف الذي من أجله تعد الدراسة.

فحين يتعلق الأمر بمحاولة معرفة عناصر الجمهور ودراسة سلوكهم واتجاهاتهم

1 - عاطف عدلي العبد، ، دليل بحوث الاتصال في الوطن العربي منذ ظهور الطباعة حتى عام 1983، دار الفكر العربي، القاهرة 1986، ص 32.

نحو وسيلة الاتصال، يتطلب الأمر دراسة عميقة للمضمون، وسلوك التعرض، وآثاره، تعتمد على معلومات نوعية وكمية، لإعطاء نظرة شمولية ومتعمقة وفقاً لجزئيات تلك المواضيع.

اما حين نريد ان نتعرف على عدد من يستخدمون الوسيلة الاتصالية وكيفية استخدامهم لها بصورة مختصرة، وبأرقام مجردة، فإن المنهج الكمي هو السبيل لتحقيق هذا الغرض.

خلاصة الأمر أن هناك مناهج وأساليب مختلفة مصممة للإجابة عن أسئلة واهداف مختلفة.

وبناءً على ما تقدم فإنه يمكننا تقسيم أبحاث جمهور وسائل الاعلام المسموعة والمرئية بحسب اهدافها الى ثلاثة أنواع:

أولاً- أبحاث التعرض الجماهيري وآثاره.

ثانياً- أبحاث مضمون الوسائل المسموعة والمرئية.

ثالثاً: أبحاث قياس حجم الجمهور Rating.

أولاً- أبحاث التعرض الجماهيري وآثاره: على الرغم من حداثة أبحاث وسائل الاعلام والاتصال المسموعة والمرئية، إلا أن العلماء في تخصصات مختلفة حاولوا جاهدين، ومنذ اختراع الاذاعة والتلفزيون، التعرف على طريقة تعرض الجمهور لهذه الوسائل بأساليب ومناهج مختلفة. كما اهتموا اهتماماً كبيراً بمدى تأثير تلك الوسائل على سلوك الجماهير وتصرفاتهم. وعلى الرغم من كثافة الدراسات في هذا الموضوع إلا ان القصور في فهم طبيعة هذا النوع من التعرض وتبعاته لا يزال قائماً، ولم تتمكن تلك الدراسات من تقديم نتائج موحدة يمكن اعتمادها بشكل مطلق. وربما يعود السبب الرئيسي في تلك الاختلافات في

النتائج الى ما يلي:

- ليس هناك اتفاق موحد، على تعريف مصطلح او مفهوم التعرض الجماهيري لهذه الوسائل، إذ عرف ذلك المفهوم بعدة معانٍ أدت الى تطوير مقاييس متعددة، وبالتالي انعكس ذلك التوجه على نتائج تلك الدراسات.

- استخدام الباحثين لمناهج مختلفة واساليب قياس متعددة، وهو ما أدى الى صعوبة إجراء مقارنة بين الدراسات التي طبقت على الوسائل المسموعة والمرئية، وأحدث بذلك إرباكاً جلياً في التوفيق بين نتائجها.(1)

- اختلاف أحجام الدراسات وإمكاناتها، مما أثر تأثيراً مباشراً على انسجام نتائجها مع بعضها البعض. إذ إن من الدراسات ما حظي بدعم غير محدود من قبل صناع القرار، ومنها ما اقتصر على مسح سريع على عيّنة محدودة من أجل التعرف على درجة التعرض، مع اغفال عدد كبير من المتغيرات ذات العلاقة الجوهرية بدرجة التأثر والتأثير.

رغم هذا التشتت في نتائج الأبحاث، لا بد لنا من الاعتماد عليها ولمّ شتات العناصر أو المتغيرات المتعلقة بالتعرض لوسائل الاعلام والاتصال المرئية والمسموعة، والاستحواذ عليها لأخذها في الاعتبار في الأبحاث المستقبلية.

لقد تناولنا في أبحاثنا التي أجريناها في بداية التسعينات من القرن الماضي، مع تطور التلفزيون و الاعلام الفضائي و تقنيّاته، إشكاليّات التعرض الجماهيري للإذاعة والتلفزيون. ومن المتغيّرات التي ركّزنا عليها، متغيرات الخصائص الفردية، التي

1- J. Webster، Measuring Exposure to Television، In Dolf Zillmann and Jennings Bryant (Eds)، Selective Exposure to communication، Hillsadale: Lawrence Erlbaum Associates Publishers، New Jersy 1985، p.35.

اختبرناها في محاولة لتقنين ذلك التعرض بناءً على خصائص الجمهور الفردية الشخصيّة والمكتسبة.[1]

ولقد وجدنا بالفعل تشابهاً في أنماط التعرض بين أفراد كل فئة بصورة تميزهم عن غيرهم، وتبيّن مثلاً أن الناس يختلفون في مشاهدة التلفزيون تبعاً لاختلاف جنسهم واعمارهم، وكذلك مستواهم المعيشي.

كما أن من المتغيرات الفردية الأخرى لطبيعة التعرض لنوعيات محددة من برامج الاذاعة والتلفزيون (الاخبار والبرامج الثقافية)، متغير المستوى التعليمي. وتنبع أهمية التركيز على هذا العامل من طبيعة تعامل الجمهور مع وسيلتي الاذاعة والتلفزيون وما شابههما، إذ إن هذه الوسائل تتيح لجماهيرها فرصة الانشغال بأشياء اخرى، غير عملية التفاعل مع تلك الوسائل أو إحداها، ومن ثم فإنه لا بد وأن يكون هناك تفاوت بين الجمهور في درجة التركيز والانتباه، بل إن هذا التفاوت قد يختلف لدى الفرد الواحد من برنامج الى آخر ومن فقرة الى اخرى، ولذلك يتم تصنيف درجة التعرض وفقاً لدرجة التفاعل مع محتوى الوسيلة نفسها. بل إن هناك من رأى أن يصنف أفراد الجمهور أنفسهم الى فئات وفقاً لذلك التفاعل، ومن ذلك تعريف الباحثين لمن يركّزون على الوسيلة بأنهم جمهور إيجابي وخلافهم بأنهم جمهور سلبي.

ومع أن هناك اتفاقاً بين أصحاب هذا الاتجاه على أهمية الانتباه كمعيار أساسي

---

1 - B.Gunter، Determinants of Television Viewing Preferences، In Dolf Zillmann and Jennings Bryant(Eds)، selective Exposure to communication. Publishers Hillsadale، Lawrence Erlbaum Associates، N.Y.1985، pp. 93-112.

راجع:

M. Levy & S. Windahl، Audience Activity and gratifications: conceptual clarification and Exploration، Communication Research،

لتقييم التعرض الجماهيري للوسيلة الاعلامية، إلا أن لديهم تفاوتاً ملحوظاً في الاساليب التي يستخدمونها من أجل التعرف على درجة التركيز والانتباه لمحتوى الوسيلة المسموعة والمرئية، إذ ان هناك من يلجأ الى الاستفسار من الجمهور مباشرة عن مقدار ذلك التفاعل، وهناك من يطلب من الجمهور تذكر بعض ذلك المحتوى في عدد من البرامج.[1]

وقد اهتمّينا أيضا بعامل تفضيل البرامج، وحاولنا البحث عن العلاقة بين هذا المتغير ومتغير التعرض لتلك الوسائل. وعلى الرغم من وجود قوة في العلاقة بين هذين المتغيرين، اكتشفنا نقطة ضعفها وعدم جدوى نتائجها، وذلك لأنها تغفل عوامل جوهرية (متغيرات معترضة) قد تقلل من درجة تأثير المتغيرين المشار لهما في بعضهما البعض، من أمثلة تلك المتغيرات الأخرى: متغير التعرض الجماعي الذي قد لا يعطي الفرد الواحد خيارا في المشاهدة او الاستماع، وكذلك متغير تيسر الوقت لحدوث التعرض أو الحاجة للمادة الاعلامية.

وليس بغريب أن يبرز متغير الحاجة كواحد من العوامل الرئيسة المستخدمة في التعرف على كيفية تعرض الجمهور لمحتوى وسائل الاعلام المرئية والمسموعة، ذلك أن جذور هذا المتغير مغروسة في إحدى أشهر نظريات التأثير المعروفة بنظرية الاستخدام والاشباع، التي تقرر في منهجها أن الناس تستخدم وسائل الاعلام لتشبع حاجاتها ورغباتها بغض النظر عن قيم تلك الحاجات وأهميتها. فمن تلك الحاجات التي كشفت عنها تلك الدراسات على سبيل المثال حاجة التعلم والتثقف، وحاجة الترفيه، وحاجة الحصول على الاخبار، وحاجة ملء الفراغ... وغيرها.

وتأتي في مقدمة الدراسات الرائدة التي بحثت في متغير حاجة الجمهور لوسائل

1 - غونتر، مصدر سابق، ص ص. 112-93.

الاعلام والاتصال دراسة كاتز وزملائه. لقد كان الهدف الرئيسي في تلك الدراسة، التي خطت منهجاً لدراسات مماثلة لاحقة، التعرف على طبيعة الحاجات التي تدفع الناس الى استخدام وسائل الاعلام والاتصال، ومن ثم المقارنة بين حاجات التعرض لكل وسيلة وبعضها البعض.[1] وبناءً على ذلك اعتبر هذا المتغير عاملاً حاسماً في درجة التعرض، ويبرر المنادون للاهتمام بهذا المتغير أهميته بالتصنيفات التي تعتمدها محطات الاذاعة والتلفزيون لأوقات بثها وإعلاناتها، حيث تقسمها شرائح مختلفة تتبوأها فترة ذورة البث او ما يسمى بالفترة الممتازة.

لكننا نبقى حذرين جدا أمام هذا التبرير الذي يلزم المشاهد ببعض البرامج في أوقات الذروة لاترضي ذوقه و ليس عرضها مرتكزا برأينا على دراسات موضوعيّة دقيقة. من هنا تحفّظنا، بعد التجربة البحثيّة، على نظريّة الاستخدام التي أثبتت فشلها في توصيلنا إلى نتائج دقيقة، لخضوعها لكل المتغيّرات الأخرى التي نذكرها هنا. من أهم هذه التغيّرات، متغير مجموعة التعرض: وتقوم فلسفة هذا المتغير على ركيزة فحواها أن وسائل الاعلام المسموعة والمرئية، وبخاصة التلفزيون، لا يقتصر قرار التعرض لها على رأي الشخص الواحد فحسب كما هي الحال مع وسائل الاعلام المطبوعة. فاستخدام تلك الوسائل يتأثر في بعض الاحيان بقرار جماعي أو برأي قيادي يتمثل غالباً في رغبة رب الأسرة بالدرجة الأولى.[1]

إن خطورة هذا العامل تكمن في أنه يحجّم بعض المتغيرات التي أشرنا اليها آنفاً مثل متغيري الخصائص الفردية والبرامج المفضلة، وذلك رغم أهميتهما في توقع

J. Webster & J.Washling، The impact of group viewing on patterns of television program choice، Journal-1 of Broadcasting، N.Y.1982، pp. 445-455.

أسباب التعرض ودرجاته.

ويبقى متغير التعرض الموروث، ويقصد به أن كل برنامج من البرامج الاذاعية أو التلفزيونية يورث نسبة من جمهوره للبرنامج او الفقرة التي تليه. وقد أثبتت الدراسات مصداقية هذا الافتراض، وهو ما جعل محطات الاذاعة والتلفزيون تأخذ هذا البعد في الاعتبار عند جدولة برامجها اليومية من أجل الاستحواذ على أكبر عدد ممكن من الجمهور. وبعض الدراسات أشارت الى أن نجاح المحطات في تنمية اعداد مشاهديها عبر متغير التعرض الموروث ينبغي أن يدرس في إطار متغير أشمل منه يعرف بمتغير ولاء الجمهور للمحطة.[1]

كل هذه التغيّرات لا تمثل حصراً نهائياً للعوامل التي تتأثر بها عملية التعرض لوسائل الاعلام والاتصال المسموعة والمرئية. فعدد المتغيّرات لا يحصى وكل موضوع واشكاليّة ووسيلة، يفرض متغيّراته و قد كشفت لنا التجربة عن أهميّة لغة البرامج مثلا، وشخصيّة المقدّم، وتعدد خيارات القنوات الاذاعية والتلفزيونية.

وفي ما يتعلّق بأبحاث تأثير وسائل الاعلام والاتصال المسموعة والمرئية، لا يجب أن ننسى دور السنما التي كانت من أوائل الوسائل الاعلامية التي شغلت الجماهير، و بالتالي الباحثين، وأن مبيعات التذاكر قبيل عام 1922 قدّرت بحوالي أربعين مليون تذكرة أسبوعياً في الولايات المتحدة فقط، ليرتفع ذلك العدد بنهاية العشرينيات الى تسعين مليون تذكرة [2]. ونتيجة لذلك لم تقف مؤسسات الاصلاح الاجتماعي والصحف مكتوفة الأيدي حيال ذلك التعرض الجماهيري المتزايد لمضمون تلك الوسيلة، بل أبدت مخاوفها على جمهورها بشكل عام وعلى النشىء بشكل خاص، ودعت الى القيام بدراسات تحقق في إمكانية تأثيرها السلبي

1 - دوروي ودوفلور، مصدر سابق، ص 33.

2 - نفسه، ص ص، 281-23.

عليهم. وقد لقيت هذه الدعوة صدى اجتماعياً واسعاً قاد الى دعوة علماء النفس والاجتماع للقيام بسلسلة من الدراسات خلال ثلاث سنوات متتالية بلغت ثلاث عشرة دراسة.

كان من أهم نتائج تلك الابحاث ما أشارت اليه إحدى الدراسات التي استخدمت العديد من التجارب الحقلية النفسية للتعرف على تأثير تعرض الاطفال للافلام السينمائية على بعض القضايا الاجتماعية كالتفرقة العنصرية والجريمة وغيرها، خلصت نتائج تلك الدراسة الى أن تأثير فيلم سينمائي واحد فقط يعد محدودا في تشكيل مواقف الاطفال واتجاهاتهم، غير أن التعرض لأكثر من فيلم حول موضوع واحد ينتج عنه تأثير كبير في تلك الماوقف والاتجاهات، بل إن ذلك التأثير يستمر لفترة طويلة لدى صغار السن. ومما عزز تلك النتيجة نتائج دراسة أرى اجريت على أكثر من 1800 شخص مستخدمة المنهج الكيفي كشفت بأن هناك تقليداً ملحوظاً من قبل الاطفال لممثلي السينما في عدد من سلوكياتهم .

ومن جهة أخرى، في الوقت الذي اجابت فيه مجموعة دراسات شرام وزملائه على عدد من التساؤلات المهمة حول الكثير من القضايا المتعلقة بتأثير التلفزيون، بقيت جوانب أكثر اهمية لم تفصح الدراسة عنها بشكل قاطع وخصوصاً ما يتعلق منها بالسلوك الاجتماعي. فلقد أثار تزايد العنف في المجتمعات الغربية، وخصوصاً في الستينات، الكثير من التساؤلات عما إذا كان هناك علاقة بين ذلك التزايد وبين ما يعرض على شاشات التلفزيون.[1]

وكان من نتيجة ذلك أن قررت الحكومة الأمريكية تقديم دعم خاص لقيام مجموعة دراسات حول التلفزيون والسلوك الاجتماعي، وذلك تحت اشراف

1- N. Signorielli, Selective television viewing: a limited possibility, Journal of communication, summer 1986, pp. 64-76.

مسؤول كبير في الإدارة الأمريكية يطلق عليه لقب "كبير الأطباء". استمرت الدراسات في هذا الموضوع قرابة العشرة اعوام وأسفرت عن تقرير يضم في حصيلته أربعين دراسة خلصت الى أن هناك مؤشرات غير قطعية الثبوت عن وجود علاقة بين مشاهدة العنف في التلفزيون وبين السلوك العدواني لدى فئات محددة من الاطفال، وأشارت إلى أن أكثر الاطفال تأثراً هم أولئك الذين لديهم استعداد ذاتي للقيام بتصرفات عدوانية وكذلك الذين يعيشون في بيئة اجتماعية تسمح لهم بممارسة ذلك السلوك أو تشجيعهم على ذلك، واختتمت الدراسات توصياتها بالدعوة الى ضرورة إجراء المزيد من البحاث حول هذا الموضوع الشائك.

وعلى الرغم من بدائية تلك الدراسات وقصر بعض مناهجها عن مجاراة الطرق الحديثة المستخدمة في أبحاث الاعلام والاتصال، إلا انها تعد أولى المحاولات الرئيسة والجادة في دراسة تأثير التسلية،. كما كشفت مجموعة الدراسات أيضاً عن ان هناك تأثيراً للخصائص الفردية لوسائل الاعلام والاتصال على الافراد والمجتمعات، كما انها تمثل البذرة الحقيقية التي قادت الى ولادة تخصص الاتصال الجماهيري والاهتمام به على المستوى العالمي، وهي بلا شك نقطة الانطلاقة الحقيقية لتطور نظريات التأثير المتعددة التي أصبحت ترسم المنهج البحثي للكثير من الدراسات الهادفة الى التعرف على القضية الجدلية والشائكة المتمثلة في تأثير وسائل الاعلام.

بالنهاية، إن الدراسات التي تبحث في التأثير وخصوصاً في تأثير وسائل الاعلام والاتصال المرئية والمسموعة هي التي تسببت في تشكيل كم هائل من المعلومات صنفت الى نظريات عديدة، بعضها مات في بداياته كنظرية الرصاصة السحرية، والبعض الآخر عاش. لكنّ البحث في موضوعات تاثير وسائل الاعلام والاتصال وخصوصاً المرئي والمسموع منها يمثل إلى الآن حقلاً واسعاً لا تزال

نتائج دراساته مثار جدل بين علماء التخصصات المهتمة به. ويمكن تفسير التردد في الحكم على تأثير وسائل الاعلام و الاتصال، والجدل حول الدراسات المتعلقة بها، بوجود كم كبير من العوامل التي يمكن أن ينسب اليها حدوث التغيرات المتوقعة في سلوك الناس. ثم إننا نسلّم بتأثير وسائل الاعلام والاتصال، لكنّه من الصعوبة تحديد طبيعة ذلك التأثير وحجمه. وهذا ما يترك الباب مفتوحا لتطوير مناهج دراسته.

ثانياً: أبحاث مضمون الوسائل المسموعة والمرئية: إذا كان من إضافة يمكن التنبيه عليها في هذا النوع من الدراسات فهي التأكيد على ان الدراسات التحليلية ينبغي ان لا تحصر نفسها في مجرد تحليل مادة الحديث المسموع، بل يجب أن تتجاوز ذلك الى تخصيص دراسات للتعرف على الاشكال الفنية التي تطرح بها تلك المادة. بمعنى أنه يمكن للباحثين إعداد دراسات عن أساليب إخراج بعض البرامج التلفزيونية عبر استخدام تصنيفات تمثل مصطلحات الاخراج المعروفة لدى المهمتين هذه الجوانب الفنية (مثال: قطع، مزج، زوايا الكميرا، حجم اللقطات، المؤثرات... الخ).

ثالثاً: أبحاث قياس حجم جمهور الاذاعة والتلفزيون: لقد مرت أبحاث قياس الجمهور بالعديد من المراحل التي سعت الى توخي الدقة في عملية القياس، ذلك أن أساليب البحث في هذا الجانب ظلت ولمدة غير قصيرة متهمة بتحيّزها ومجانبتها للحقيقة، غير ان الحاجة القصوى لمعرفة حصة الاذاعات والقنوات التلفزيونية، بل وحصة كل برنامج على حدة، من العدد الاجمالي للجمهور، عجّلت بتقديم هذا النوع من الأبحاث وتطوره.

تعـد عمليـة قيـاس جمهورالاذاعـة والتلفزيـون مـن المهـام الحاسـمة في تقريـر العديـد مـن الخطـط وتنفيذهـا، ولهـذا عمـد الكثـير مـن المؤسسـات التلفزيونيـة والاذاعيـة بـل وشركات قيـاس حجـم الجمهـور الى تخصيـص مبالـغ طائلـة للوصـول الى نتيجـة

تعينها على معرفة حجم جمهور المشاهدين والمستمعين. ولئن كان السبب الرئيسي لنشأة هذا النوع من الأبحاث هو حاجة المعلنين بالدرجة الاولى، فإنها ظلت تسهم بطريقة غير مباشرة في اعطاء مؤشرات جيّدة لدرجة تطور مستوى البرامج الاذاعية والتلفزيونية، بمعنى انها أصبحت تنبّه القائمين على الاتصال حول مدى نجاح البرامج التي تقدّمها محطاتهم الاذاعية أو التلفزيونية، من خلال معيار حجم الجمهور المتابع لها أو لبعضها. وبناءً عليها يمكن اتخاذ القرار السليم في صناعة البرامج، وبرمجة وقت البث لوضع البرنامج المناسب في الوقت المناسب، وكذلك من أجل معرفة موقف الجمهور من البرامج وانطباعاتهم.

إن المهمة الاساسية التي تقوم بها عملية قياس الجمهور هي معرفة ماذا يحصل في مجتمع مستمعي أو مشاهدي الوسائل المسموعة والمرئية. وللوصول الى إجابة لهذا السؤال بجزئياته، ينبغي على الباحث أولاً أن يعرّف وحدة التحليل، التي تنحصر في أفراد الجمهور أو وحدات المنازل. ففي حال دراسة مستمعي الراديو مثلاً، يعمد الباحثون الى تحديد الاشخاص على أنهم وحدة الدراسة، وذلك لأن الاستماع الى الراديو يتصف بأنه يحدث في الغالب من قبل فرد واحد فقط. أما في حال دراسة مشاهدي التلفزيون فإن الكثير من الباحثين يقرر بان المنزل بقاطنيه هم وحدة التحليل، وذلك لان المشاهدة تحدث من قبل مجموعة على أكثر تقدير.

الخطوة التي تلي تحديد وحدة التحليل تتعلق بالتعرف على عيّنتها، إذ إن من المهم الحصول على قائمة لتلك المنازل التي تملك أجهزة تلفزيون ولأولئك الاشخاص الذين لديهم أجهزة راديو، وذلك وفقاً لأسلوب العينة العشوائية والتي تحتم أن تكون فرصة اختيار كل فرد من أفراد مجتمع العينة متساوية، غير انه نظراً لصعوبة تطبيق أسلوب هذا النوع من الدراسات، فإنه من الأنسب أن يلجأ الباحث الى استخدام أسلوب العينة العنقودية التي أشرنا اليها آنفاً في فصل العينات.

من الضروري أن نشير، في الحديث عن أبحاث قياس الجمهور، إلى أنّه كان من

الصعب جدا علينا كباحثين أفراد أن ننجز مثل هذه الأبحاث التي من المفترض أن تكون أعمال مؤسّسات مجهّزة بأدوات البحث المتطوّرة و الفرق البحثية المتكاملة. والمشكلة هي أنّ نتائجها مفيدة ولازمة لكل باحث في هذا المجال، و ما زلنا نفتقد إلى الجهات و المؤسسات البحثية الموثوقة، فمعظم المؤسسات الاحصائية و البحثيّة ما هي إلا مؤسسات تجاريّة دعائية تبغي الربح فقط، ولا نستعين بالباحثين الموضوعيين و المتخصّصين.

3 - في علم إدارة المؤسّسات و العلاقات العامّة:

يعتبر مجال العلاقات العامة من حقول الإعلام و الإتصال منذ تأسيس علم الإعلام وإنشاء أولى كليّات و معاهد الإعلام في العالم. والسبب يعود إلى أن مفهوم العلاقات العامة يؤكّد أن الإعلام هو فعل إتصال و تواصل منذ بداية البشريّة، و قد تطوّر إلى أن أصبحت العلاقات العامة رديفة له، وباتت أقسام العلاقات العامة في المؤسسات هي ذاتها أقسام الدعاية والإعلام. وقد انتقلنا في تجربتنا الأكاديميّة للتدريس في هذا القسم، و قد اشتركت أقسام الإعلام الثلاث بالعديد من المواد التدريسية. يبقى، رغم ذلك، لهذا المجال المعرفي بعض خصائصه وبالتالي مناهجه الخاصّة الناتجة عن اشكاليّاته الخاصّة.

يستخدم مجال إدارة المؤسّسات البحث العلمي بالطبع، بشكل مستمر في شتى مجالاته: فعلاقة الاعلان والعلاقات العامة بالبحث العلمي متأصلة منذ نشاة التخصص ذاته التي جاءت نتيجة للدراسات والابحاث التي قام بها متخصصون في علوم تشترك معه في العديد من الخصائص كالإدارة والتسويق والاعلان. وقد استمرت تلك العلاقة بقيام المتخصصين في هذا المجال بالعديد من الابحاث الأكاديمية التي أسهمت في تكوين تراكم معرفي تنظيري ضخم حدد أسس هذا التخصص وبيّن معالمه.

ولا يقتصر البحث في مجال العلاقات العامة وأنشطتها على اقسامها العلمية ومعاهدها المتخصصة، وإنما يتجاوزه الى العاملين في أقسام العلاقات العامة في القطاعات المختلفة من أجل تلمّس معالم الطريق الصحيح للوصول الى الأهداف والخطط المنشودة، ذلك أن طبيعة العمل في مجال العلاقات العامة تملي حاجة ماسة لتنفيذ أبحاث ودراسات متنوعة تعرّف العاملين في المؤسسات على سمات وخصائص وآراء جمهورهم المستهدف، لضمان نجاح وظائفهم على أكمل وجه. وكان مما ضاعف أهمية أبحاث العلاقات العامة حاجة موظفي شركات العلاقات العامة واقسامها الى التعامل مع قنوات متعددة تتطلب المعرفة الدقيقة ببيئتها وأساليب التعامل معها.

لكن، لا بد من التمييز بين الأبحاث المنهجيّة وغير المنهجيّة في العلاقات العامة.

نقصد بالأبحاث المنهجيّة، "عمليّة جمع المعلومات المنتظمة والموضوعية التي تخضع لتحكم الباحث من أجل وصفها وفهمها"[1]، أي الأبحاث التي تسير وفق خطوات وضوابط البحث العلمي المعروفة، التي تحدّثنا عنها في فصول سابقة، عبر استخدام الباحث لأدوات جمع المعلومات، من خلال تحكمه الدقيق في متغيراتها وطرق التعامل معها وفق أهداف محددة. ويشيع هذا النوع من الأبحاث في الدراسات الأكاديمية التي تتطلب المنهجية في تطبيقها.

وقد قمنا خلال تجربتنا البحثيّة بإنجاز أبحاث في حقل العلاقات العامة، ركّزت على المؤسسات الاعلامية ودور أقسام العلاقات العامّة فيها[2]، والتزمنا فيها بالمنهجيّة البحثية التجريبية لعلوم الاعلام و الاتصال.

---

1 - S.Cultip & A.Center, Effective public relations، Englewood cliffs, New Jersy1982, Prentice-Hall, p . 151.

2 - مي العبدالله، "دور قسم العلاقات العامة في المؤسسة الصحافيّة- نموذج جريدة النهار"، مؤتمر العلاقات العامة، كليّة الاعلام و التوثيق-الجامعة البنانيّة، بيروت 2004.

أمّا الأبحاث غير المنهجية، فنحن غيرمعنيين بها، وإن أتينا على ذكرها لأهميّتها المتنامية، ونقصد بها الدراسات التي لا يتلزم القائم بها بالمناهج العلمية، أو بأساليب جمع المعلومات. وعلى الرغم من ترددنا في إطلاق مسمى"أبحاث" على هذا القسم من الدراسات، إلا أنه يعدّ الأكثر استخداماً في أقسام العلاقات العامة العاملة في المؤسسات. وهناك من يؤكد بصراحة أن استخدام الدراسات غير المنهجية يعد عملاً لا بد من اللجوء اليه كجزء من عمل موظف العلاقات العامة للحصول على المعلومات المطلوبة[1]، بل إن بعض الدراسات جاءت لتؤكد هذا الاستخدام. ويمكن تفسير أسباب استخدام الدراسات غير المنهجية في مجال العلاقات العامة بما يلي:

- كونها أسرع الطرق للوصول الى المعلومات، بالإضافة الى قلة تكاليفها مقارنة بنظريتها المنهجية.

- كون الكثير من المؤسسات تتعامل مع مجتمع محدود أو فئات معينة من الجمهور، مما يعني عدم حاجة المؤسسة الى دراسة شاملة لتعميم نتائجها، وعندما تتم الاستفادة من الحالات الفردية التي تعرض لبعض جمهور المؤسسة ليتم التعامل معها وفقا لآراء صانعي القرار في تلك المؤسسات.

- قلّة عدد الباحثين المتخصصين العاملين في أقسام العلاقات العامة. [2]

ويلخص أحد أشهر المراجع في دراسات العلاقات العامة أهم مصادر المعلومات في الأبحاث غير المنهجية المستخدمة في هذا التخصص وفقاً لما يلي:

---

1 - G. Broom & D. Dozier، An Overview: evaluation research in public relations، Public Relations Quarterly، N.Y.1989، pp.5-8.

2- راجع: E. Brody & G. Stone، Public relations research، Praeger، New York 1989، p. 10. p . 146.

G.Walker، Communication public relations research، 1994، pp. 141- 161،

الاتصالات الشخصية: وهي تحقق ميزة التفاعل بين عنصري الاتصال، المرسل والمستقبل التي يتفوق بها الاتصال الشخصي على سائر أنواع الاتصال الأخرى. وفي ضوء هذا التفاعل يتمكن الباحث من إزالة الحواجز بينه وبين المبحوثين (الموظفين أو الزبائن أو من له أية صلة بالمؤسسة)، ليوجد نوعاً من العلاقة غير الرسمية تسمح بالحصول على معلومات مفصلة ومباشرة لا يمكن الحصول عليها بأسلوب آخر.

مجموعة الرأي: وتقوم على اختيار مجموعة ممن لهم علاقة بالمؤسسة، للبحث معهم في كل ما من شأنه تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة. وتتفاوت عملية اختيار الأفراد والتنظيم لطريقة الإستفادة من هذا الأسلوب وفقاً لعوامل متعددة، أهمها حجم المؤسسة وأهمية الموضوع المطلوب مناقشته.

اللجان الاستشارية: وهي مجموعة من المختصين في مجال عمل المؤسسة يتم اختيارهم لتقديم المشورة اللازمة لتقييم وتطوير أنشطة المؤسسة. ويتم التعامل مع هذه اللجان في موضوعات عديدة ومتنوعة تتراوح بين وضع الخطط الضرورية للتطوير، وبين اتخاذ القرارات الحاسمة في شتى المواضيع التي تهم الجمهور.

المحقق في الشكاوى: وتكمن مهمة هذا المصدر للمعلومات، في التعرف على التذمر والشكاوى التي يمكن أن توجه نحو المؤسسة بمختلف أقسامها. ولقد أثبتت التجربة أهمّيّته للقضاء على المشاكل التي تعيق عمل الكثير من المؤسسات.

تخصيص رقم هاتف مباشر للجمهور بأنواعه:إن اهمية الحصول على رد فعل الجمهور تجاه أنشطة المؤسسات واعمالها جعلها تلجأ الى استخدام عدة قنوات للتعرف على رأي جمهورها تجاهها، من تلك القنوات المفيدة تخصيص رقم هاتفي (بعضها مجاني)، يتيح للأفراد فرصة الحديث مع صانعي القرارات، او ممثليهم، بما يشعرهم بأهمية آرائهم ويطمئنهم على حرص المؤسسة على تقديم ما يرضيهم.

تحليـل الرسـائل البريديـة: نظـراً لأن هنـاك فئـة مـن الجماهـير تفضّـل السريّـة في

مخاطبة الجهات التي تتعامل معها، يفترض أن تحرص أقسام العلاقات العامة على التعريف بالعنوان البريدي للمؤسسة. إن هذا الاسلوب يكشف عن الكثير من جوانب القصور التي ينبغي أن تتعرف عليها المؤسسات من خلال أقسام العلاقات العامة .

تقارير المندوبين: تحظى الكثير من المؤسسات، الخاصة منها غالباً، بوجود عدد من المندوبين الذين يوجدون خارجها في معظم الأوقات. هؤلاء الافراد يمكن أن يدرّبوا بشكل جيد ليكونوا أذنا صاغية لسماع أراء عملائهم وتتبعها، وذلك من أجل تزويد المؤسسة بتقارير مفصلة عنها لدراستها. هذا الاسلوب، إذا تم تنفيذه بشكل محكم، يكوّن تراكماً مهماً من المعلومات يسهم بصورة جيدة في تطوير الأداء وزيادة الانتاج.

تقارير وسائل الاعلام: أصبح من الوظائف المسلّم بها التي تؤديها أقسام العلاقات العامة: متابعتها المستمرة لما تنشره وسائل الاعلام المطبوعة او ما يبث عبر الوسائل المرئية والمسموعة، وفضلاً عن أن اهمية عمل ذلك تكمن في التعقيب على ما يستحق التعقيب منها إلا أن الكثير من المؤسسات تحرص على أن تكون إرشيفاً مفهرساً لها من تلك المواد يسهل الرجوع اليها عند الحاجة.

إن أهمية تلك المصادر تتجلى في درجة إسهامها الكبيرة في رسم خطط برامج العلاقات العامة السنوية، وفي تزويد موظفيها بالمعلومات اللازمة، لذا ينبغي الأخذ بها جميعاً كقنوات اتصال لا غنى للمؤسسات عنها.[1]

لقــد حظيــت دراســة الاعــلان وخصوصــا تأثيراتــه الاجتماعيّــة، باهتــمام كبــير مــن قبلنــا كباحثــين في علــوم الاعــلام و الاتصــال، وغيرنــا مــن الباحثــين مــن الاختصاصــات

1- M. Gamble & M. Gamble، Introducing mass communication، McCraw-Hill Book Company، New-York1986، p. 305

الأخرى لا سيما العلوم الاجتماعية و التربوية. وفي حين جاء تناولنا نحن الأكاديميّون شمولياً في الهدف، حيث كان الاهتمام بدراسة مضمون الاعلانات وأنواعها، ودراسة عوامل تفاعل الجمهور معها، فقد تركز اهتمام دراسات وكالات الاعلان على التعرف على الأساليب المناسبة لصناعات إعلانات تجذب أكبر قدر ممكن من الجمهور[1] وإلى جانب الاساليب التي يستخدمها الباحثون الأكاديميون المتخصّصون في دراساتهم للاعلان، والتي تتمثل في الادوات والطرق السابق ذكرها في الفصول السابقة، كتحليل المضمون، والاستبيان أو الدراسة التجريبية المناسبة التي يمكن أن ترشد الى الكشف عن درجة تأثر الجمهور بوسيلة الاعلان وغيرها[2]، نلحظ أيضا في حقل الاعلان أنواعا أخرى من المنهجيّات البحثية الخاصة نوضّحها في هذا الفصل: ماالأسباب التي تجعل الناس يغيّرون من عادات شرائهم؟ ما الأسباب التي تغير مواقف الناس أو تحفظها تجاه سلعة معينة؟ لماذا يستجيب الناس لبعض الرسائل الإعلانية بينما لا يتفاعلون مع بعضها الآخر؟

كلّها أسئلة إشكاليّة مبتكرة لم يتم تناولها كثيرا في أبحاث الإعلان على الرغم من أهميّتها. هي الأسئلة الأساسيّة التي تمثّل الاجابة عليها مدخلاً حاسماً في تصميم الرسالة الإعلانية. وفي ضوء هذه الأهداف أوجد الباحثون ثلاثة أنواع مختلفة من الأبحاث يمكن الإستفادة منها. وهي:

أ- أبحاث تركّزعلى الخصائص الفردية: ومن خلال هذا النوع من الأبحاث، يتمكن المختصون من التعرف على عناصر العينة المستهدفة وفقاً لخصائصهم الفردية، بحيث يتم تصنيفهم إلى فئات حسب العمر، والدخل، والتعليم،

---

1 - مي العبدالله، الدعاية و أساليب الاقناع، دار النهضة العربية، بيروت 2006.

2 - المرجع نفسه.

والوظيفة، والحالة الإجتماعية، والجنس، ونحوها. ولا يتوقف الأمر على تصنيفهم فحسب، بل يشمل البحث عن العلاقة بين تلك الخصائص في تحديد درجة إنفاقهم، وبالتالي تحديد مدى أهمية مخاطبتهم عبر الإعلان وكيفيته.

هذا التقسيم في التعرف على عادات عناصر تلك الفئات، وأوقات وجودهم أمام أجهزة التلفزيونو المذياع أو نوعية الصحف التي يقرؤونها، يسهل للجهات المعلنة توظيفها ليتم استغلالها على أفضل وجه.

ب- أبحاث تركّز على عوامل نفسية: وفي هذا النوع يتم التركيز على متغيرات نفسية تؤثر على سلوكيات الفرد الشرائية، وهنا يصنّف الأفراد بناء على شخصياتهم ونظرتهم للحياة وأساليب شرائهم. إذ يتم تحليل درجة ثقة المرء في نفسه، وقوة شخصيته، وكذا علاقته بالآخرين. إن صعوبة هذا النوع من الأبحاث تكمن في أنها تعتمد اعتماداً رئيسياً على أن يكون الباحث ملماً بصورة جيدة بنظريات علم النفس وأساليبه، ليتمكن من تحقيق مصداقية عالية في تصميم دراسته وتفسير نتائجها بطريقة صحيحة.

ج- أبحاث تركّز على دوافع الشراء: وفيها يتم تصنيف الجمهور على ضوء الأسباب التي تجعله يقبل على الشراء، وكذلك الأشياء التي تدفعه إلى الإحجام عنه. إن نتائج هذا الصنف من الأبحاث ربما تكون هي التي قادت إلى تكثيف العديد من الإعلانات التي تجعل المستهلك يعتقد بأن بعض الأشياء الإستهلاكية الثانوية أصبحت سلعاً أساسية ينبغي اقتناؤها: ذلك أن المعلنين، عبر استخدام هذا القسم، استطاعوا أن يؤثروا في الأفراد بإعطاء أسباب مقنعة للمستهلكين غيرت من آرائهم دون الإقتصار على قسم واحد فقط.

تجدر الإشارة هنا إلى أن هذا التقسيم السابق للأبحاث قد صمم وفقاً لمتغيرات أساسية يمكن لأية دراسة لأن توظفها جميعاً المقارنة بينها، بل وأن تبحث في العلاقة بين بعضها البعض.

د- أبحاث تقييم الحملة الاعلانية: هذا النوع من الأبحاث يحتاج إلى دقة شديدة واستراتيجيّة دقيقة، للحصول على نتائج صحيحة، وهو يدخل في عداد دراسات التأثير التي تتطلب تحكما دقيقا في العوامل المعترضة الأخرى التي سبق الحديث عنها في الفصل المتعلق بالدراسات التجريبية. فهناك العديد من المتغيرات التابعة التي يقيسها الباحثون للتعرف على درجة العلاقة بينها وبين المتغير المستقل المتمثل في التعرض للحملة الإعلانية. وربما يكون أقوى المؤشرات استخداماً للتعرف على فعالية الحملة الإعلانية البحث عن العلاقة بين درجة الكثافة الإعلانية وزيادة مبيعات المعلن، وهو مؤشر يلجأ إليه الكثير من المعلنين دون الحاجة إلى توظيف باحثين خاصين لذلك الغرض، بحيث يعتمد المعلن بأسلوب غير منهجي على مقارنته الشخصية لنسبة مبيعاته قبل الإعلان وبعده. ولعل أهم مميزات هذا الأسلوب أنه لا يتطلب مشاركة الجمهور بطريقة مباشرة للحصول على المعلومات اللازمة.

ومما يصنّف في هذا النوع، الدراسات التي تقوم على أساس قياس درجة تعرض الجمهور للحملة الإعلانية، ويتم ذلك عبر اختيار عينة من الجمهور وطرح تساؤلات على افرادها حول ما إذا كانوا قد قرأوا أو استمعوا أو شاهدوا الإعلان المقصود بالدراسة.

مثال ذلك، ما تقوم به إحدى شركات الأبحاث المتخصصة التي تجري اختبارات عن تذكر الجمهور للإعلانات، إذ يقوم الباحث المكلّف باستخدام نسخة من الإعلان المقصود دراسته ليسأل عنية من الجمهور، تقدر بثلاثمائة شخص، عما إذا كانوا قد اطلعوا على ذلك الإعلان، ومن ثم يصنف الباحث جمهوره إلى الفئات التالية:

جمهور غير قاريء، وهم الأشخاص الذين لا يتذكرون رؤية الإعلان.

جمهور من قرّاء ملاحظين، وهم الأشخاص الذين يتذكرون رؤية الإعلان.

جمهور القرّاء المشاركين، وهم الأشخاص الذين رأوا الإعلان وقرأوا جزءاً منه، خصوصاً اسم السلعة.

الجمهور القارئ، وهم الأشخاص الذين قرأوا أكثر من نصف مادة الإعلان.[1]

كما أن هناك نوع آخر من الدراسات حاولت الربط بين درجة التعرض للإعلان ونوعية الإستهلاك الذي يقوم به جمهور العينة كمؤشر آخر يمكن أن يرشد إلى التعرف على مدى تأثير الإعلان أو التأثر به.

ما نحذّر منه هنا هو عدم الإفراط في الإعتقاد بأن كل ما يعلن عنه يطلع عليه الجمهور، إذ إن التعرض الجماهيري للإعلان يرتبط بعدة متغيرات يحاول المعلنون التعرف عليها ومراعاة درجة تأثيرها في عملية التعرض تلك. من أجل ذلك يحتاج الحقل للعديد من الأبحاث التي تحاول التعرف على كل تلك المتغيرات وعلاقتها بفاعلية الإعلان، مثل كثافة الإعلان وحجمه، و حجم جمهور الوسيلة أو المادة الإعلامية المصاحبة للإعلان، وكل ما له علاقة بمضمون الإعلان نفسه وطريقة تصميمه. ومهما بلغ اجتهاد المعلنين في محاولة الوصول إلى جمهورهم، فإن هناك من المتغيرات ما قد يقلل من فاعلية ذلك الإجتهاد ومبرراته.[2]

ه- قياس جمهور اللوحات الإعلانية: ويقصد بهذا النوع تلك الإعلانات التي تنتشر في أماكن وجود الجمهور أو مرورهم كلوحات الشوارع والملصقات المختلفة التي يعمد أصحابها في وضعها في أماكن يعتقد أنها ستجذب نظر الناس إليها وانتباههم لها. لا بد من الإعتراف سلفاً بأن دراسات قياس جمهور اللوحات الإعلانية تمثل اصعب أنواع دراسات قياس الجمهور، وذلك لمبررات عدة ينبغي

1- D. Bloom، ،The audience to outside posters. In Raymond Kent (ed.). Measuring media audience- Routledge، New York1994، pp. 146-176، p.147.

2 - مي العبدالله، الدعاية و أساليب الاقناع، مرجع سابق.

أخذها في الإعتبار كمتغيرات رئيسة يستفاد منها في دراسات هذه النوع. أهم تلك الأسباب ما يلي:

- أن التعرض لهذه اللوحات يكون بصفة عامة ذات طبيعة لا إرادية أكثر من غيرها. لذا فإن مجرد المرور بها لا يعطي تعريفاً لحدوث التعرض للإعلان من عدمه، ولذا يتفاوت ذلك التعرض من شخص لآخر بدرجة كبيرة.

أن الجمهور يجد صعوبة كبيرة في تحديد عدد مرات التعرض لها.

ضخامة أعدادها وتشتتها بصورة يجعل من العسير تذكر مواقع التعرض، خصوصاً إذا أخذنا في الإعتبار أن بعضها يكون في عربات متحركة كالباصات وسيارات الأجرة.

إن الحاجة إلى قياس جمهور اللوحات الإعلانية جاء نتيجة لحاجة شركات الإعلان إلى تحديد مواقع نقاط الإعلان وفقاً لأسس علمية صحيحة، كما وجدت تلك الوكالات أن قيام الدراسات العلمية لهذا الغرض سوف يسهم بشكل فعال في زيادة طلب المعلنين لهذه الوسيلة لخدمتهم في تسويق سلعهم. يضاف إلى ذلك أنه سيساعد بصورة فاعلة في تحديد أجور نقاط الإعلان وفقاً لحجم الجمهور المتوقع. ويعود تاريخ القيام بهذا النوع من البحوث إلى منتصف الأربعينات من القرن العشرين عندما أجرت إحدى مكاتب السفريات أول دراسة على جمهور اللوحات الإعلانية في ولاية إنديانا الأمريكية، إعتمد الدارسون في منهجهم البحثي آنذاك على أسلوب مسحي تم تطبيقه على عدد من سكان مدينة فورت وين، وتلخصت تساؤلاتهم في هدفين اثنين هما:

أ- التعرف على عدد مرات خروجهم من منازلهم وتنقلاتهم في يوم واحد وهو "الأمس" فقط وذلك لتسهيل تذكرهم.

ب- مطالبتهم بتحديد مسمّيات اللوحات الإعلانية التي رأوها أثناء تنقلاتهم.

وعلى الرغم من بدائية أسلوب الباحثين في تلك الدراسة، إلا أنها وضعت اللبنة

الأولى لقيام نوع جديد من الأبحاث حول وسيلة إعلانية ذات انتشار واسع. لذا لم تتخذ الدراسة الأولى كنموذج يحتذى وإنما حاول آخرون البحث عن أسلوب آخر ربما يكون أكثر عمليّة في الوصول إلى نتائج دقيقة يؤمن بها المعلنون ويلمسون تأثيرها على المستهلكين.[1]

كان من الأساليب الجديدة نموذج بحثي طوره كوبلاند في إنجلترا. لم يقتصر الباحث في نموذجه على مجرد التعرف على درجات التعرف فحسب، وإنما تجاوزه إلى محاولة اختبار مدى فاعلية لائحة الإعلان. إعتمد النموذج على مسح سكان المنازل وسؤالهم عن عدد مرات تنقلاتهم خلال كل يوم من أيام "الأسبوع الماضي"، بدلاً من يوم واحد فقط كما هو حال النموذج السابق. كما أنه عوضاً عن أن يسأل جمهوره عن اللوحات التي شاهدوها خلال تنقلهم، عرض عليهم خرائط للطرق مرسوم عليها علامات أو رموز معيّنة في مواقع نقاط الإعلانات دون أن يكشف لهم معنى تلك الرموز وطالبهم بالتعريف بها. لم يكتف الباحث في دراسته بعينة مدينة واحدة فقط، وإنما اشتملت عينته على لوحات إعلانية لتسع مدن وجمهورها، وقام بحصر جميع لوحات تلك المدن واختار منها عينة عشوائية تتراوح بين خمس لوحات وخمسين لوحة عن كل مدينة من مدن الدراسة، وذلك وفقاً لحجم المدينة ومجتمع الإعلانات بها.[2]

إنتهى كوبلاند في دراسته إلى نتيجة مفادها أن حجم المدينة يؤثر في عدد جمهور هذا النوع من الإعلانات، إذ لاحظ أن هناك نمطاً مطرداً يؤكد أنه كلما قل عدد السكان كلما زادت نسبة رؤيتهم لها. كما أنه نبه إلى أهميّة مراعاة متغيّر مدى وضوح

---

1 - دوروي ودوفلور، المرجع السابق ص 149.

2- R.Admas, Social survey methods for mass media research, Hillisade، Lawrence Erlabum Associates, Publishers, New Jersey1989, p. 15.

الإعلانات ومواقعها، كما فطن إلى إمكانية استخدام كثافة مرور السيارات بمواقعها كوسيلة بحثية عوضاً عن المسح في قياس حجم جمهورها. [1]

3 - علم ادارة المعلومات و المكتبات:

بعد التوسع الهائل في النتاج الفكر الإنساني و ما تمخّض عنه من كتب و نشرات و دوريات و أبحاث و غيرهما من النتاج الفكري الإنساني الغزير، أصبح هناك حاجة ماسة لترتيب هذا النتاج الهائل من الفكر. و عندما بحث المختصين بجزئية هذا الترتيب وصلوا لقناعة بأن ترتيب و تصنيف هذا النتاج لا بد منه، و عندما توغلوا بهذا الترتيب إكتشفوا بأن عليهم و التعمق بجزئيات لم يتطرق لها احد من قبل، لذلك أوجدوا ما عرف لفترة طويلة باسم التوثيق الذي يقوم به متخصصون لكي يوفروا لنا ما نريده من معلومات، قد يتطلب البحث عنها فترات طويلة و قد نجدها بين ثنايا الكتب و المجلدات و البحوث المتخصصة أو لا نجدها وفق العرف البحثي التقليدي. و أيضا فرضت الحاجة على العلماء أن يقوموا بما عرف لاحقا بالتحليل، أي تحليل هذه البيانات لكي يستنبطوا منها ما يساعدهم على استرجاع هذا الكم الهائل من المعلومات والبيانات. عندها نشأت كليات الاعلام في العالم وظهرت علوم الاعلام، ونشأ معها علم المكتبات أو "التوثيق" وارتبط بهذه العلوم، وأطلق اسم "كلّية الاعلام والتوثيق" في الجامعة اللبنانية التي تعد الدارسين و العاملين و الباحثين في هذا الحقل.

في ما بعد، دخلت التكنولوجيا الحديثة التي تعتمد على استخدام الأدوات العصرية من حاسبات آلية و نظم تطبيقية و مصغرات فيلمية، و وسائط حفظ مختلفة ساعدت الباحثين و العلماء على الوصول إلى تلك المعلومة بأقل جهد و

---

1 - نفسه.

أسرع وقت و أقل تكلفة، واستطاع العلماء و الباحثون إستخدام الحاسوب الذي يعينهم على الرجوع إلى المعلومة المطلوبة من خلال استخدام ما عرف باسم الفهرسة و التكشيف، الذي قادهم لعمل قوائم برؤوس الموضوعات واستنباط الكلمات الدالة عن موضوعات البحث، مما شكل دافعا قويا ليكون هناك كنز عظيم من الكلمات و مرادفاتها، يسهّل عمليّة البحث و التقصي عن جزئيّة لا يمكن الوصول لها دون استخدامه.

أحدث التقدم التكنولوجي ثورة في المكتبات وفي مصادر المعلومات وساهم في إثراء البحث العلمي كمّا وكيفا، حيث ظهرت المكتبات الإلكترونية وقواعد المعلومات الإلكترونية والنشر الإلكتروني والكتب والدوريات الإلكترونية. وازداد عدد الدوريات الإلكترونية، وأصبحت المكتبات الآن تزوّد الباحث بمعلومات في شكل إلكتروني عن طريق شبكات الحاسب، وفهارس إلكترونية تمكّنه من الوصول إلى قواعد المعلومات الإلكترونية في التخصصات المختلفة، وتمكّنه من الاتصال بمصادر المعلومات في أي مكتبة من أي مكان في العالم. وأصبح عدد الجامعات التي تقدّم مصادر معلومات إلكترونية لروّادها في تزايد مستمر.

وتتميز المعلومات الإلكترونية بأنها حديثة جدا، وتغطي أكبر عدد ممكن من الدوريات أو التقارير أو الإحصائيات في التخصص، ويتم تحديثها والإضافة إليها باستمرار وبسرعة. في حين أن مصادر المعلومات التقليدية المطبوعة قديمة ولا يتم تزويد المكتبة إلا بقدر ضئيل منها، ولا تغطي الموضوع المطلوب تغطية واسعة. ويتميّز البحث الإلكتروني بأنه سريع ويمكّن الباحث من الاتصال بأي قاعدة معلومات إلكترونية في أي مكان في العالم من المنزل ليل نهار، وطيلة أيام الأسبوع، وخلال أيام العطل، بدلا من أن يذهب إلى مبنى المكتبة. ويستطيع أن يحصل في ساعات على كميّة من المعلومات كان يحصل عليها في أسابيع أو

اشهر. ويستطيع أن يحصل على المقالات والوثائق المطلوبة فورا وذلك بطباعتها أو تحميلها من الشاشة مباشرة أو إرسالها بالبريد الإلكتروني إلى شخص آخر بدلا من طلبها من الخارج وانتظار وصولها بالبريد اشهر طويلة.

هذا ويقدم الكم الهائل من المعلومات الإلكترونية والرقمية فوائد جمة للطلاب والأساتذة والباحثين بسبب القدرة على البحث عن كمية كبيرة من المعلومات بصورة أسرع من البحث اليدوي في مصادر المعلومات المطبوعة. كما أنّه يمكن إكتشاف معلومات بالطرق الإلكترونية لا يمكن إكتشافها بطرق البحث التقليدية عن طريق فهرس المكتبة أو المراجع المطبوعة.

كلّ هذه العوامل ساهمت في تطوير "علم التوثيق" و خلق اطار معرفي، و إشكاليّات جديدة خاصّة بعلم "إدارة المعلومات" الحديث المنشأ، بدء بالمفاهيم الأساسيّة وتطوّرها، إلى الرهانات الاقتصادية والسياسية والتربويّة، وبالتالي إلى تفرّد أبحاث هذا الحقل بمنهجيّة خاصّة به أيضا.

أ- في المفاهيم الأساسيّة:

هناك الكثير من التعريفات التي أطلقها الباحثون القدامى لتعريف "التوثيق"، من أهمّها تعريف موريتمر بأنه مجموعة العمليات التي يشتمل عليها توصيل المعلومات المتخصصة والتي تتضمن العمليات التي تكوّن العمل المكتبي المتخصص، إلى جانب العمليات المبدئية الخاصة بأعداد و نسخ المواد و ما يتبعها من عمليات التوزيع. ويعرّفه جيمس ماكو روبرت تابلور بأنه مجموعة من العمليات اللازمة لتجميع و تنظيم و توصيل المعرفة المتخصصة، وذلك لغرض توفير أقصى استخدام ممكن للمعلومات التي تشتمل عليها. كما يرى براد فورد إن التوثيق هو عملية جمع و تصنيف جميع سجلات المعرفة و المعلومات الحديثة و تيسير استعمالها لمن يحتاجها من الباحثين و

المخترعين. وأخيرا يعرّف قاموس وبستر"التوثيق"

بأنه تجميع للمعرفة المسجلة و ترميزها و بثها مع التعامل بطريقة شاملة و بإجراءات متكاملة، و الاستعانة بعلم المعاني و الوسائل الآلية و بأساليب التصوير المختلفة و ذلك حتى تنال المعلومة اكبر قدر من الإتاحة و الاستخدام.(1)

بناء على هذه التعريفات، "التوثيق" هو العملية الفنية التي تسهم في تحديد العناصر الأولية الموجودة في قلب الوثيقة، و التي تتيح لنا الأستدلال عليها من بين الملاين من الوثائق بكل سهولة ويسر. وقد تطوّرمفهوم التوثيق إلى حد كبير مع تطوّر تكنلوجيا الحاسوب، وأصبح يشمل العلمية المتعمقة في دراسة الوثيقة، التي يقوم بها أخصائي متخصص بدراسة الوثائق من خلال تحليلها، حيث يغوص بين ثنايا الكلمات ليكشف لنا ما لا يراه الآخرون، وهو عمل فني جديد متطور أملته طبيعة البحث العلمي الحديثة. من هنا، يعتبر"علم الوثائق"، أو "علم المكتبات"، أو "علم ادارة المعلومات" من العلوم الأساسية لدراسة التاريخ، وقد اتفق العلماء والباحثون على تعريف "الوثائق" من خلال معنيين كالتالي:

-1 المعنى العام للوثائق: يعني كل المواد التي تحتوي على معلومات تاريخية.

-2 المعنى الدقيق للوثائق: يعني الكتابات الرسمية أو شبه الرسمية مثل القرارات والمراسيم والبراءات والاتفاقيات والمراسلات السياسية، والوثائق الشرعية، والكتابات التي تناول مسائل الاقتصاد أو التجارة أوعادات الشعوب أو نظمهم وتقاليدهم أو المشروعات أو المقترحات المتنوعة التي تصدر عن المسئولين في الدولة أو التي تقدم إليهم أو المذكرات الشخصية أو اليوميات. (2)

---

1 - راجع: أنور عبد القادر عبد العزيز الرشيد، "المنهجيات و النظم فـي علم تحليل الوثائق"، مركز التوثيق والمعلومات، أمانة مركز المعلومات و اتخاذا القرار بالأمانة العامة لمجلس الوزراء، الكويت 2006.

2 - راجع: محمود عباس حمودة، "الأرشيف ودورة في خدمات المعلومات"، دار غريب للطباعة والنشر، الكويت 30/12/1998.

ب- مجالات علم ادارة المعلومات و المكتبات:

لقد ظهر في عصرنا الحديث العديد من المجالات لخدمة علم المعلومات، التي تشكّل أرضيّة الأبحاث في هذا الحقل، مثل: العمليات الفنية، و التصنيف، و التحليل، و الفهرسة، و التكشيف، و المكنز. وكلّها تطرح اشكاليّاتها الخاصّة كما نوضّح في ما يلي:

للعمليات الفنية أهيّتها بالنسبة للباحثين، ففي إدارة المعلومات وتقييمها يمكن للباحث التثبت من أهميّة الوثائق وصحّتها أو بطلانها، وذلك باستخدام بعض الوسائل التي ساهمت في التحقق من الوثيقة مثل بعض العدسات المكبرة الخاصة، وبواسطة المجهر والتحليل الكيميائي يمكن للدارس معرفة عمر الورق، وأحيانا يمكن الاستعانة ببعض أنواع الأشعة الحمراء والبنفسجية لإظهار الخطوط غير الواضحة، أو المطموسة، أو المغيرة عمداً، ولا شك في أن هذه الوسائل قد أسهمت في مساعدة الباحث على التثبيت من صحة الوثائق أو بطلانها.

 ويعتبر الباحثون التصنيف العامود الفقري لعملية إدارة المعلومات، و تكمن أهمية التصنيف في عمليات إدارة المعلومات في وضع الموضوعات المتشابه و المتداخلة و المتشابكة في غالب يمكننا من تسهيل عملية الرجوع إلى الوثيقة، لأنها تعتبر مثل إمساك طرف الخيط المعقد ببعضه، و تقوم عملية التصنيف على أساس وضع كل موضوع بمكانه المناسب و تجميع ما يتفق مضمونه مع بعضه البعض لكي يسهل لنا عملية البحث عن ما هو مطلوب، لذلك تعتبر عملية التصنيف هي الخطوة الأولى في عملية التوثيق التي لا يمكن الاستغناء عنها أو تجاهلها.

و التصنيف يقوم على أساس الموضوع الرئيسي و يتفرع منه عدد من الفروع أللاّمتناهية مما يتيح لنا المجال بتتبع الموضوعات وفق منطق الأصل و الفروع. وتكمن أهمية التصنيف في عمليات إدارة المعلومات كون إنها من العمليات الأساسية في عمل إدارة المعلومات، حيث إننا نقوم بعملية إدارة المعلومات لحفظ

المعلومات و المستندات الداعمة لها و عليه لا بد من إتباع أنجع الطرق و الوسائل التي تسهل لنا عملية استرجاع تلك الوثائق و المعلومات وعلى ذلك لا بد و أن نفرز و نصنف تلك الوثائق و المعلومات وفق منطق لا يمكن لأي موثق إلا أن يتبعه من خلال وضع ما هو متجانس و متلائم مع بعضه البعض.[1]

ويعتبر التحليل علم قائم بذاته وله العديد من الطرق والمفاهيم التي تدعمه، كما أن له أهمية كبيرة بين العلوم الحديثة التي تخدم عملية إدارة المعلومات ، لذا تعتبر عملية تحليل الوثيقة خطوة جوهرية في فهم وصياغة و حفظ الوثيقة بين ملايين الوثائق، و يمكننا تعريف التحليل بأنه العملية الذهنية التي يقوم بها الشخص المعني بإدارة المعلومات، فإذ كانت عملية التصنيف هي إمساك طرف الخيط المعقد مع بعضه، فإن عملية التحليل هي محاولة تفكيك ذلك التعقيد و ربط مختلف المصادر مع بعضها لكي نصل بالنهاية إلى استنتاج يخدم قضية البحث.

وفي عمليّة إدارة المعلومات، لا بد وأن تتم عملية تحليل بيانات الوثيقة، بعد تصنيفها أي كان شكلها أو نوعها، لتمكن لاحقا من استرجاعها وفق أسس علمية ترتكز على أربع مبادئ لا يمكن الإستغناء عنها، هي تاريخ الوثيقة، ومصدر الوثيقة، ومستقبل الوثيقة، وموضوع الوثيقة.

وعندما يختل أي مبدأ من تلك المبادئ ويحيد عن الغرض المنشأ له أصلا تفقد عملية التحليل جوهرها وبالتالي تفقد قيمتها وقيمة الوثيقة التي قد تحمل من المعلومات والبيانات غاية في الأهمية، فلو ضربنا مثال على ذلك سنجد أن المعلومات التي تحتويها الوثيقة أن لم تصل لمتخذ القرار في السرعة و الدقة و التكلفة المناسبة قد تقود إلى قرار خاطئ يكلف الكثير وعند محاولة تعديل القرار المتخذ قد يكون له عواقب قانونية تحول

1 -نفسه.

دون إتمامه ناهيكم عن المشاكل الإدارية التي ستنشأ بعد ذلك، لذلك نجد أن هذه المبادئ الأربعة مرتبطة مع بعضها البعض برباط متوالي لا يمكن المساس بأي مبدأ من تلك المبادئ دون الإخلال بالعناصر الأخرى فيه، ومن هنا تكمن أهمية المحافظة على التوازن بين تلك المبادئ.[1]

لذا فإن عملية التحليل لا يمكن الإستغناء عنها بتاتا طالما نحن نتحدث عن إدارة المعلومات، لأنها الوسيلة الوحيدة التي تمكننا من استرجاع تلك الوثيقة، وتعتمد عملية التحليل على مقدرة المحلل

وفهمه للموضوع فهم واضح و صحيح، ويجب أن يكون المحلل لديه المقدرة على ربط المعلومات مع بعضها البعض ليستخلص بالنهاية ما هو مطلوب من تحليل الوثيقة، وتكمن أهمية

دورالمحلل على مقدرته بالربط بين الجزئيات المختلفة التي قد تتراءى للفرد العادي غير ذي أهمية ليستنتج منها ما هو مهم لاتخاذ قرار ما.

 وعملية الفهرسة أيضا جزء لا يتجزأ من عملية إدارة المعلومات بمعناها الشامل، وهي عملية إنشاء أدلة الاسترجاع أي كان نوعها أو حجمها، حيث يعتمد الموثّق في عملية الفهرسة على محتوى

مادة البحث والأدوات الفنية لمعالجة الوثاق.

وهناك العديد من الأدوات الفنية التي تجرى لفهرسة الوثائق وفق منظور علمي، وهي قوائم التصنيف، التصنيف العشري الكامل، التصنيف التوسعي، تصنيف مكتبة الكونجرس الأمريكية، التصنيف الموضوعي، التصنيف التوضيحي، التصنيف الببلوغرافي، وقوائم رؤوس الموضوعات ...

-1 راجع: محمود عباس حمودة، "المدخل الى دراسة الوثائق العربية"، دار غريب للطباعة والنشر، الكويت .21/06/1995

- أمّا التكشيف فهو احد العمليات التوثيقية التي يستقى منها الكلمات الدالة على الموضوع المراد توثيقه، وتعتبر ضرورية ومتمّمة لإعداد الفهارس، وعملية التكشيف هي جزء لا يتجزأ من عملية إدارة المعلومات التي تساعد بعملية إسترجاع المعلومات من خلال الكلمات الدالة و مرادفتها.

- والمكنز أخيرا هو من الأدوات الرئيسية في عملية التكشيف، فأي تحليل موضوعي للوثيقة لا يمكن الاستغناء عن المكنز و كلماته الدالة و مرادفتها، بحيث يستخرج المُكشف الموضوعات الرئيسية ويعبر عنها بواصفات المكنز وهذه الواصفات ستكون مفاتيح البحث داخل قواعد البيانات عن الموضوعات المشمولة بالوثيقة. إذن المكنز هو الوعاء الذي تتجمع به الكلمات الدالة و مرادفتها و مشتقاتها التي تأتي نتيجة عملية التكشيف و التحليل الموضوعي للوثيقة بحيث يمكننا من البحث عن الكلمة و مشتقاتها و مرادفتها فلو أخذنا مثالا كلمة برمجة الحاسوب كما جاء بمكنز جامعة الدول العربية، يندرج تحتها العديد من المشتقات و المسميات، بحيث تصبح كالتالي: برمجة الحواسب الإلكترونية، البرمجة المصغرة، أنظمة البطاقات المثقبة، إدارة برمجة الحاسوب، برامج الحاسوب، البرمجة الرياضية، البرمجة الخطية، البرمجيات تحليل النظم، تشخيص الأخطاء في علم الحاسوب، توثيق و معالجة البيانات، الحواسب، الخوارزمية، لغات البرمجة، ومعالجة البيانات...[1]

ج- دراسات الوثائق:

إلى جانب الإهتمام برسم دور الوثائق وتتبع نتائجها وأثرها في الحياة المعاصرة،

1 - راجع: محمود عباس حمودة، "دراسات في علم الكتابة العربية"، دار غريب للطباعة والنشر، الكويت 15/ 06/ 1995.

لا بد من دراسة ماهية الوثيقة ومقوماتها العلمية كي يؤخذ بها ويعتمد عليها في التحقيق و التثبت. و تعتمد الوثيقة في الأصل كمستند علمي أو مالي على أربعة أسس هي: تاريخ الوثيقة، مصدر الوثيقة، مُستقبل الوثيقة، موضوع الوثيقة.

ويلعب العاملون في مراكز إدارة المعلومات دورا هاما في نظر الباحثين، إذ لم تأخذ الوثائق طريقها إلى العالم إلا بعد أن خضعت للدراسات النقدية وتفرغ لها الباحثون والدارسون، والمتخصصون الذين يدرسون الوثائق ليؤكدوا على الصالح منها للحفظ المستديم وذلك في ناحيتن: مادية، وجوهرية.

والحقيقة التي لا يرقى إليها الشك هي أن "الوثّاق أو الموثّق" هو الخبير الذي يهتم بالوثيقة فيدرس جوهرها ليقرر صلاحيتها للبحث العلمي، أو للحفظ لأن ليس كل ما كتب وثيقة، ومن هنا يأخذ بجمع الوثائق ويؤمن من بعد ذلك حركتها ضمن خطة مرسومة هادفة أو وفاقا لما يعرف بالنمط الواحد فيصنفها، ويفهرسها و يكشفها ويبثها أن لم تكن بحاجة إلى ترميم، ويسترجعها كلما دعت الحاجة إلى ذلك، وبالتالي يردها إلى الحفظ. ومن مهام الوثاق "الصيانة" وفقا للأسس العلمية المقرّرة وفي الأماكن المناسبة في ظلّ درجة حرارة مقررة، والأماكن المناسبة تبني وفاقا لمخططات هندسية ملائمة لطبيعة الوثائق،

ومتفقة مع أهداف وغايات هذا العمل التقني، إذن الوثاق والموثوق هما لفظتان لمهمة واحدة.

فإلى جانب ما قدمنا في وظيفة الوثاق فإن مهمته الأساسية تكمن في الإجراءات الفنية التي تتخذ على الوثيقة و ييسير استعمال المعلومات الأصلية التي سجلت في الوثيقة الكتابية بخاصة الدوريات والنشرات، التقارير والمواصفات وبراءات الاختراع وما كان مماثلا لها في المدونات الخطية ومن هذا العمل بالذات عرفت إدارة المعلومات بأنها عملية جمع وتصنيف جميع المدوّنات والمعلومات الحديثة، وتيسير استعمالها

لطالبيها، فإن المعلومات مهما تكن قيمتها العلمية تفقد هذه القيمة أن لم تخضع لعملية التوثيق بمفهومها المتقدم لوظيفة الوثاق أو الموثوق.

وفي الحقيقة ومهما تضاربت الآراء حول التعريف بالمهمة التي يقوم بها "الموثق" هي مرتبطة بعلم المكتبات، أم منفصلة عنه، فهي تؤكد على أن إدارة المعلومات ما هي إلاّ جانب من علم المكتبات، إلا أن لها خاصيتها وطبيعتها ودراساتها الخاصة من ناحية في ما تنطبق عليه أكثر النظم المكتبية، وهذه الطبيعة يجب أن يدركها "الوثّاق" ويعمل في ضوئها.

د- دراسات المضمون:

إن الوثيقة مهما كان شكلها مختلفا، لا بد و أن تحمل مضمونا يغيّر من فكرة معينة و وجهة نظر مترسّخة. من هنا يمكننا أن نعدد أنواع الوثائق و أشكالها، على أنها تنقسم إلى أربعة أنواع رئيسية:

الوثيقة الكتابية: لا شك في أن هذا النوع هو الذي يعتد به، ويعتمد عليه لأنه يقوم على واقع ثابت لا يحتاج إلى دراسات مطوّلة، أو اجتهادات، أو خبرات خاصة قائمة على الترجيح أو التخمين. ويقصد بالوثيقة الكتابية كل ما دوّن كمخطوط أو مطبوعة، فالرسالة والدورية في علم التوثيق تعني كل نشرة تحتوي على عدة موضوعات لعدد من الكتّاب أو المحررين، ولها اسم خاص هو عنوانها الذي تعرف به، وتظهر بأجزاء متتابعة وفي مدة محددة، ولزمن معين، وتشتمل عادة على:

- الصحف والدوريات التي تهتم بملاحقة الأخبار المحلية أو الدولية ونشرها، وفي نطاق ذلك تظهر المجلات على تعدد موضوعاتها واهتمامها.
- المذكّرات وهي ما يدونه المرء سواء كان سياسياً أو اقتصادياً أو اجتماعياً أو

عالما أو أديبا أو فنانا، يدونون فيها خواطرهم والأحداث التي عاشوا واقعها، ومحاوراتهم وذكرياتهم.

- التقارير وهي صورة لنتائج علمية، أو تحقيقات إدارية أو عرض لواقع صحي، وبعبارة أخرى كل ما يشتم منه صفة التقرير.

- البيانات وهي ما يعرض فيها وجهات نظر خاصة ومعينة تكشف عن أمر غامض، ولا تعتبر دورية حسب المفهوم الفني لأنها لا تصدر على شكل واحد، وفي زمن محدد أسبوعي، أو شهري، أو فصلي، أو نصف سنوي، وحتى حولي. إن السجل الثقافي الذي يدون عادة النشاطات الفكرية ويسجل الندوات العلمية، والمناظرات الأدبية، والمحاورات السياسية، هو أيضا إحصائية تثبت تحقيقات عددية، كما هو تقرير رسمي يتناول الحياة الفكرية على أوجهها جميعا وربما كان ولا ريب مجموعة محاضر لجلسات المؤتمرات والاجتماعات، وبعبارة أدق فإن الوثيقة الكتابية هي كل ما يعين الكشف حول حقيقة تاريخية أو علمية. و مع التأكيد على إن الوثائق الكتابية مهمة مهما كانت قيمة ما تحتويه، إلا إن هناك اختلاف بين الخبراء حول الكتاب والكتيب من حيث قيمتهما التوثيقية، فيرى الغالبية منهم أن لا الكتاب ولا الكتيّب يعتبر وثيقة، إلا إذا كان نادرا ومفقودا ويؤكد على ثوابت يقرها العلم ويطمئن إليها العقل.[1]

الوثيقة التصويرية: هذا النوع من الوثائق في درجة تلي الوثيقة الكتابية، يعتبر في علم ادارة المعلومات وثيقة مساعدة بمعنى لا يعتمد عليها وحدها لأن الجوهر فيها موضع ترجيح وتشكيك، ولا ينظر إليها إلا في حال استطاعت أن تنير جانبا من البحث، وهكذا تساعد على التحقيق والكشف، وهي على الغالب: رسم ما نقل بالزيت، أو بالقلم، أو بالفحم، وصورة، أو نقش في الحجر، أو حفر

1 - نفسه.

في النحاس، أو تنزيل بالخشب، أو تكوين في الجص، وربما كانت هذه الوثيقة المساعدة صورة شمسية تعين على التحقيق، فالهوية الشخصية، وجواز السفر لا يعتد بهما كوثيقتين في إثبات الشخصية بالرغم من صدورها عن دائرتين رسميتين، إلا إذا كان كل منهما يحمل صورة الشخص، والصورة مصدق عليها من مرجع قانوني وممهورة بخاتم الإدارة الرسمية، فالصورة الشمسية جاءت هنا مساعدة للوثيقة الكتابية التي هي الهوية الشخصية، أو جواز السفر. في ظل هاتين الوثيقتين الهوية الشخصية و جواز السفر، نجد أنهم كثيرا ما يتم تزويرهم، ولكن مع ذلك لا نستطيع أن ننكر أن الهوية وجواز السفر ليس كل منها وثيقة أصلية، وأخرى مساعدة بالرغم من التزوير الحاصل فيها، لان هذا التزوير يكتشفه عادة علم السجيلوغرافيا "sigillography" الذي له كتبه وخبراؤه خريجو مدارسه المتخصصة في علم التزوير والجريمة.

ومع الصورة أيا كان شكلها، والخيال "السينما"، أو التلفزة، اللتان تحتفظان والى أجيال بحقائق عن المعارك والحروب، وتقدّم أشرطة وثائقية تعين على إيضاح جانب كبير من تاريخ ما تعرض له. أما إذا كانت مهيأة في المعامل فلا يعتمد عليها، لاسيما وأنها تعرض وجهة نظر تتفق والمصدر، وعندئذ فلا بد للخصم هنا من أن يصوّر فيلما آخر مناقضا، وبين الشريطين يمكن التوصل مع الوثائق الكتابية إلى ما تطمئن إليه النفس، ويثق به العقل.

لذلك كلّه تعتبر الصورة مادة أساسيّة للأبحاث في هذا المجال، كما في المجالات الأخرى من علوم الاعلام و الاتصال.[1]

الوثيقة التشكيلية: تعتبر هذه الوثيقة كسابقتها في إطار الوثائق المساعدة وربما جاءت في منزلة الوثيقة التصويرية لأنها مماثلة لها في كثير من المقومات، و غالبا ما

1 - راجع: محمود عباس حمودة، "أمن الوثائق"، دار غريب للطباعة والنشر، الكويت 15/06/1905.

يكون لها قيمة مالية كبيرة خصوصا عندما تكون قد صيغت بيد احد المشاهير في العلوم التشكيلية، فالوثيقة التشكيلية في الغالب تشتمل على:

- الآثار المعمارية كقصر الحمراء في غرناطة، ومسجد قرطبة، وقصر أشبيلية، وجامعة القرويين في فأس وقبر السند باد البحري قرب بغداد، وأهرام الجيزة، وجامع شيرشاه في دلهي، وبرج الحسن الثاني في الرباط، وكنيسة باسيل الطوباوي في موسكو وكنيسة القيامة في القدس وقوس قسطنطين في روما وغيرها من العام الخالدة.

هذه المعالم وإضرابها في أنحاء المعمورة تعتبر من الوثائق المساعدة، إذ تساعد على دراسة حضارات الأمم القديمة، وتحدد مظاهر الرفاه، أو مستوى التدين عندها وربما يتوصل الأثريون في الكشف عن تاريخها إلى نتائج مذهلة في إدارة العمارة ومعرفة أسرارها، والمواد التي استخدمت في إقامتها بعد أن فقدت الوثائقية الكتابية التي خططت لهذه المعالم العظيمة، هذه إذا وجدت في الأصل.

- التماثيل ومستوى القدرة الفنية في نحتها ومبلغ عبقرية مبدعيها وطاقتهم الخلاقة ولكم يقف السائح عند تمثال أبي الهول في الجيزة يستكشف فيه اهتمام المصريين القدماء في تخليد ذكراهم، فضلا عن تماثيل عظماء العام التي ترفعها الدول في الساحات العامة والميادين تخليدا لهم وتحديدا لتواريخ ولادتهم ووفاتهم، الأمر الذي يدفع بالشعوب إلى تخليد ذكراهم وربما الانكباب على دراسة مآثرهم في مجالات إبداعهم. وهذه المعالم والتماثيل والأبنية المنتشرة في أنحاء المعمورة تعتبر من لوثائق المساعدة، إذ تساعد على دراسة حضارات الأمم القديمة وتحدد مستوى مظاهر الرفاه أو مستوى التدين و مستوى العلمي التي وصلوا لها و ربما يتوصل العلماء إلى نتائج مثيرة و مذهلة في إدارة العمارة و معرفة أسرارها و المواد المستخدمة في تشيدها.

- المسكوكات من النقود والميداليات والأوسمة وهي ذات قيمة حضارية كبيرة

بخاصة قطع النقود الرومانية والأموية التي ضربت لأول عهد العرب بالتحرر من استخدام النقود الأجنبية.

- الوثيقة المرئية والمسموعة:

وتدخل هذه الوثيقة أيضا كنوع من أنواع الوثائق المساعدة وهي في الغالب تسجيلات صوتية أو إذاعية، أو تسجيل أسطواني، أو شريط سينمائي ناطق.

و بالطبع فأن الوثائق الكتابية والتصويرية والتشكيلية لها مظاهر معروفة و مؤكدة ببعض الحقائق والمؤتمنة على معلومات تاريخية أومظاهر حضارية أوقيمة معمارية بالنسبة للأبنية والمعالم، أما الوثيقة السمعية هذه فقد دخلت في مجموعة الوثائق المساعدة مع التطور المعاصر وبعد ظهور الكهرباء وابتكاراتها الصناعية والآلية، ومن ثمة الإلكترونية التي أغنت هذا النوع من الوثائق التي يعتمدها الخبراء في دراسة الغناء ومستوى الصوت وطبقاته عند المغنين حيث ينهضون بدراساتهم النقدية و يجعلون المغنين رتبا ودرجات في ضوء براعتهم في الأداء وخبرتهم وثقافتهم الفنية، في ما ينهض به ألاخرون بدراسة اللهجة الخطابية، أو أسلوب الحوار والنقاش عند رجال السياسة وزعماء العالم فيستندون بذلك إلى دراسة شخصياتهم ومدى تأثيرهم على الجماهير، أو مبلغ براعتهم ونجاحهم في الحوار، وفي ضوء كل ذلك وإلى جانب الآثار المكتوبة التي تركها هؤلاء الكبار يمكن تجسيد حقائق هؤلاء الرجال الأفذاذ من خلال الوثيقة السمعية أو المرئية.

لقد دخلت هذه الوثيقة اليوم كل بيت إذ أن كثيرا من العائلات يلذ لها أن تسجل الكلمات الأولى لأطفالهم، خلال مناسبات متعددة ومع تقدمهم في الحياة فتحفظ لهم بذلك تصبح وثيقة غنية

بالعبر والعظات.

وهنا تلتقي اشكاليّات العلم أحيانا مع اشكاليات علوم الاعلام و الاتصال الأخرى، أي الاعلامين المكتوب و المرأي و المسموع.

نستخلص من أشكال و أنواع الأبحاث أن لها دورا إنسانيا وحضاريا عظيما، وهي تساعد في عملية "التوثيق" التي تهدف إلى تجميع الوثائق لغرض البحث العلمي، أو التنظيم، والتخطيط، والتطوير الإداري، وتوفير المعلومات، وكل ما يتعلق بالدراسات المقارنة.

وقد عبرت تلك الأنواع و الإشكال عن الإنسان وواقعه، فالتعريف بنشأة تاريخ الكتابة يأتي ولا شك تمهيداً لتحديد دور مركز إدارة المعلومات وغاياته، وأقسامه، ووظائف وحداته، وتنظيمه الإداري وعمله التقني وبالتي أثره في الحياة المعاصرة.[1]

٥- ادارة المعلومات واتخاذ القرار:

أكد العالمان ألكسندر و بيرك في قولاهما عن أهمية الوثائق بأنه لو تحطمت كل الآلات الحديثة ومعامل الذرة وبقيت الوثائق لتمكن رجال العصر من إعادة بناء الحضارة الآلية، ولكن لو ضاعت الوثائق فان عصر الآلة يصبح شيئا من الماضي، لذلك فان أهمية الوثائق تكمن في قيمتها المعلوماتية والتاريخية التي تحتويها تلك الوثيقة، أما أهميتها في اتخاذ أي قرار فان توفر المعلومة المطلوبة في الوثيقة يعتبر من الأساسيات التي تدعم تلك الوثيقة وتعطيها مكانة عالية من بين مختلف الوثائق التي تحمل مختلف المعلومات. لذلك يتضح أن هناك ترابط كبير بين الوثيقة وما تحمله من معلومة وبين سلامة اتخاذ القرار المطلوب، وهنا يمكننا أن نتخيل لو اتخذ قرار مبنى على معلومة في وثيقة غير متكاملة الأركان ويشوبها الشك في صحة معلوماتها ويمكن الطعن بها بكل سهولة، ماذا يمكن أن يكون شكل وقوة القرار الذي قد يرتبط بمصير دولة أو سيكلف الكثير من المال ؟ فلو أردنا أن نأخذ مثال على أهمية الوثيقة والمعلومات في اتخاذ القرار فلا نجد أفضل من المعلومة

1 - نفسه.

التي سربت بقصد أو بدون قصد للرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش رئيس الولايات المتحدة الأمريكية عندما دست كلمتين في احد الخطابات الهامة التي ألقاها وقال بها أن العراق استورد يورانيوم من النيجر لصنع قنبلة نووية، وأتضح لاحقا أن هذه المعلومة يشوبها شك كبير وقد يفقد منصبة نتيجة لهذه الكلمات، أما توني بلير رئيس وزراء بريطانيا فقد قال أن العراق يستطيع استخدام أسلحة الدمار الشامل في غضون خمسة وأربعين دقيقة وأتضح لاحقا أن هذه المعلومة غير دقيقة واعتبر انه ضلل البرلمان وقد يفقد منصبه بسبب هذه المعلومة غير الدقيقة.

ومن هنا فإن أهمية الوثائق والمعلومات أصبحت في يومنا هذا من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الكثير من القرارات ذات أهمية مصيرية.فكلما كانت الوثيقة ومعلوماتها دقيقة كلما كان القرار سليم والعكس صحيح.[1]

ونضيف على هذه الاشكاليّات الخاصة كل المواضيع المرتبطة باعلام و الاتصال و التطور التكنلوجي التي تتشكّل منها منهجيات ادارة المعلومات، و تهم كافة علوم الاعلام و الاتصال.

1 - نفسه.

IV-نحو آفاق بحثية جديدة

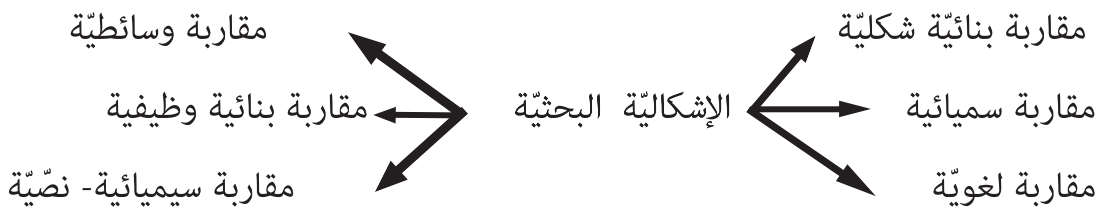
إستعرضنا بعض المنهجيّات التي استخدمناها وما زلنا نستخدمها إلى اليوم في أبحاث الاعلام و الاتصال. وقد تأثرت هذه المنهجيّات في الأساس باختصاصات الباحثين الأصليّة. لذلك يشعر الطلاب و الباحثون في مجال علوم الاعلام و الاتصال، يأنهم ينجزون أبحاثا في علم النفس الاجتماعي، أو علم الاجتماع، أو الفلسفة، أو الاقتصاد أو علم اللغة... فيبذلون جهدهم لتطويروتطويع منهجيّتهم بحيث تلائم أكثر خصوصيّة دراسات ظواهر الاتصال.(1)

وقد تناولنا في الكتاب البعض فقط من أهم المقاربات لظواهر الاتصال، و استطعنا أن نظهر أهميّة تعدّديّتها، من حيث النظريّات و الاشكاليّات و الأهداف البحثيّة و مناهج التحليل المتّصلة بها. و هذا البانوراما للحقيبة العلميّة: "اطار ابستملوجي- نظرية- منهجيّة- إشكاليّة-هدف"، قد أظهر لنا أنه لا يمكن معالجة أي ظاهرة وفهمها بالكامل، من وجهة نظر العلم، عن طريق مقاربة واحدة، لأنّه لا يوجد هدف علمي لرفض هذا الاطار المعرفي أو ذاك . فالظاهرة إذن لا يمكن معالجتها برؤية علميّة لا تستطيع أن ترى إلاّ ما يحدده لها اطارها المعرفي المرجعي.

نحـن نـرى أنّـه لا يمكننـا، للأبحـاث المعـاصرة في مجـال علـوم الاعـلام و الاتصـال، إلاّ أن نطـرح رؤيـة "نسـبيّة بنائيّـة" للعلـم، تصبـح كل مقاربـة معرفيّـة في إطارهـا وسـيلة

1- Alex Mucchielli, Les Sciences de l'Information et de la Communication, Hachette, Paris 2006, pp. 123-150.

لتحديد "حقيقة" الظاهرة قيد الدرس. من هنا يمكن إيجاد تعريفات للاتصال بقدر ما يوجد أطر معرفيّة...ويتم اختيار النموذج الخاص لدراسة الظاهرة الاتصاليّة بناء على الإشكاليّة أو المشكلة التي نريد حلّها.(أنظر الجدول أ)



الجدول أ: مقاربات الاشكاليّة بناء على نماذج الاتصال

تملك علوم الاعلام و الاتصال حيويّة علم في طور النضوج (ثلاثون سنة)، وهي تعتمد على برامج طموحة لتطوير فكر بمقاربات متنوّعة حول قضايا الاتصال في مجتمعاتنا، وعلى المستوى العام و ليس الخاص. وقد رأينا الحقول التي تنتمي الى هذا العلم والعدد الهائل للاشكاليذات التي بثيرها. و من المفترض أن تساهم علوم الاعلام و الاتصال في تنويرنا حول مستقبل مجتمعات الاتصال الحاليّة و أن تساهم في تفادي ماهات الاتصال التّصلة بالتطوّر التكنلوجي و التكنلوجيا الحديثة.

مجالات واسعة هي مفتوحة أمام الباحثين الراغبين والمستعدّين لمغادرة الحضن المريح للعلوم التقليديّة المستقرّة تاريخيّا، للانطلاق في مغامرة هذا العلم الجديد. عليهم قبل كل شيىء أن يستمرّوا في تطوير الأسس النظريّة والمنهجيّة والمعرفيّة لهذا المجال العلمي الجديد، وعليهم السعي لاثبات قدرته على إيجاد حلول عمليّة للمشاكل الاتّصاليّة للمجتمعات العصريّة.

سوف نرى في الأيّام والسنين المقبلة إن كانت علوم الاعلام والاتصال قادرة على اثبات وجودها و قوّتها بتداخل الاختصاصات في مجالها المتشعّب، وإن كانت ستتوصّل إلى إقناع أهل العلم بقبول وتطبيق أطرها المعرفيّة ومفاهيمها، وذلك بطرحها لنتائج مثيرة وجديدة، قبل أن تضعفها العلوم الأخرى التي تحاول هي أن تتخطّاها، إذ يمكن لسائر العلوم أن تستفيد من المقاربات الجديدة التي تقدّمها علوم الاعلام و الاتصال، وأن تفرّغ فكرة تداخل الاختصاصات من معناها.

الفصل السادس:

خطوات البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال

تمهيد

I- تحديد سؤال الانطلاق والاشكالية البحثية

II- مرحلة القراءة والمقابلات الاستقرائية

III- مرحلة جمع وتصنيف المعلومات

IV- تحليل المعلومات ووضع الصياغة النهائية

تمهيد:

على الرغم من أن بعض أساليب البحث العلمي قد استخدمت بشكل ملموس وجلي في السابق، إلا أن البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال لم يظهر كعلم مستقل له أسسه وضوابطه إلا في العصور الحديثة، ليصبح مادة رئيسية يشترط الإلمام بها في الجامعات والمعاهد.

أما سبب الاهتمام به فيعود لكونه مصدراً مهماً من مصادر المعرفة المجردة من الرأي والعاطفة. ويمكن أن تبرز تلك الاهمية من خلال مفهوم البحث العلمي نفسه وعناصره، فهو يعرّف بأنه: مجموعة من الخطط والاجراءات التي اتفق عليها العلماء، لجمع معلومات، يعتمد عليها من خلال أساليب ملاحظة منضبطة، بطريقة تؤدي إلى نتائج موضوعية يتوصل اليها الباحث بأقل الاخطاء.

ومع أنّنا لا نهدف إلى تقديم مجرّد دليل للباحثين الجدد حول المناهج العلميّة وخصائص الكتابة البحثيّة، إلاّ أنّنا نستعرض في هذا الفصل أهم الطرق والأساليب البحثيّة في علوم الاعلام و الاتصال، و نشرح المبادىء الاجرائيّة الأساسيّة، لأنّنا أردنا من هذا الكتاب أن يكون مرجعا شاملا للباحثين والطلاب والقرّاء حول أهم المواضيع المنهجيّة والمعرفيّة المتعلّقة بالبحث في علوم الاعلام والاتصال، وحول أهم اشكاليّاته.

I- تحديد سؤال الانطلاق والاشكالية البحثية

1 - تحديد موضوع البحث:

قبل الإبحار في خطوات البحث العلمي، لا بد و أن نؤكّد على خصوصيّة البحث في علوم الاعلام و الاتصال، بدءا بتحديد الموضوع العام والاشكاليّة البحثيّة الخاصة والأسئلة الاشكاليّة. فهذا الحقل، نذكّر، لا يشبه المجالات الأخرى في العلوم الاجتماعية والانسانيّة القديمة الواضحة المعالم. فاختيار الموضوع وحده يؤكّد هذه الخصوصيّة، إذ يشترك هذا العلم الجديد مع العلوم الأخرى، وكل موضوع فيه يمت بصلة إلى مجال أوعدة مجالات من المجالات الأخرى: فنجد المواضيع الخاصة بالاتصال و المجتمع، و الاتصال و التربية، و الاتصال والاقتصاد ، و الاتصال والبيئة، والاتصال و الصحّة، والاتصال والتكنلوجيا، والاتصال والسياسة..إلى ما هنالك. فتحتاج الاشكاليّة إلى التوضيح إلى حد أنّنا بعد التجربة، بتنا نختار، وننصح طلاّبنا باختيار إشكاليّة محدّدة محصورة بنموذج واحد، حتى لا يتشتت البحث وتضيع رؤيته و أهدافه، ويغرق الباحث في المتغيّرات الكثيرة..

إذن، الصعوبة الأولى والأهم، التي يجدها الباحث في إحدى قضايا الاعلام والاتصال هي تحديد موضوع البحث.

ومن أجل ذلك لا بد له من:

1. أخذ الوقت الكافي للتفكير، لمعرفة الفائدة أو الهدف الذي نريده من هذا الموضوع أو ذاك.
2. الاستفادة من مصادر الإلهام، وهي:

التجارب المعاشة (الخبرة الشخصية).

رغبة الباحث في أن يكون بحثه مفيدا.

ملاحظة المحيط .

تبادل الأفكار، كالنقاشات التي تدور بين الأستاذ والطلبة.

البحوث السابقة هي مصدر إلهام لا غنى عنه، فكل بحث هو امتداد للبحوث التي سبقته.

وهناك خمسة مصادر يحتمل أن يستلهم منها الباحث:

موضوع لا توجد حوله إلا معلومات محدودة أو لا توجد معلومات على الإطلاق.

الاطلاع على المنهجية التي استخدمت في البحث ومحاولة اكتشاف أخطائها.

الشك في إمكانية تعميم بعض النتائج على ظروف أفراد آخرين.

خلاصة متناقضة حول نفس الموضوع.

تأويل ظاهرة لم يتم إخضاعها بعد للتحليل الإمبريقي.[1]

ومن القراءات و مصادر الإلهام يتحدد الموضوع العام، وسؤال الإنطلاق الذي يحمل الميزات التالية:

- الوضوح.

- إمكانية دراسته، أي توافقه مع الموارد المادية المتوفرة لدى الباحث.

- النجاعة، أن لا يحمل أحكام قيمية، كأن يكون ذا طابع فلسفي أو أخلاقي.

Gérard Dereze, Méthodes empiriques de recherche en communication، Préface de Yves Winkin, De-1 Boeck, Paris 2009.

2 - تحديد إشكاليّة البحث:

الصعوبة الثانية هي في وضع أو تحديد إشكالية البحث، و يتم الأمر بتقييم قابلية إنجاز البحث، وذلك بالأخذ بعين الاعتبار:

الوقت.

الموارد التي يملكها الباحث.

مصادر المعلومات.

درجة تعقّد البحث.

وبعد تحديد الإشكالية البحثية بدقّة، يتم طرح السؤال الرئيسي المتّصل بالإشكالية، و الأسئلة المتفرّعة عنه، وذلك من خلال الإجابة على الأسئلة التالية:(1)

- لماذا نهتم بهذا الموضوع؟ (يسمح بتحديد الأسباب الذاتية لاختيار الموضوع).

- ما الذي نطمح إلى بلوغه؟ (يسمح بتحديد الهدف).

- ماذا نعرف حتى الآن؟(استعراض المعارف المكتسبة من الأدبيات الأخرى).

- أي سؤال بحث سنطرح؟ (يسمح بالطرح الدقيق لسؤال البحث الموجّه لزاوية معيّنة، والذي سيحدّد كل طريقة البحث المقبلة. وهنا لا بد أن تتوفر المعرفة بالنظريات التي لها علاقة بالفرع المعني).(2)

3 - التعرّف إلى الفرضيّات:

ومن الإشكاليّة، يتم التعرّف الى الفرضيّة الرئيسية والفرضيّات المتفرّعة عنها:

-1 Hermès (Revue)، Les sciences de l'information et de la communication، Savoirs et pouvoirs، N°38، Paris 2004.

2 - عمار بوحوش و محمد محمود الذنيبات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط3 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2001.

وتعرّف الفرضيّة بأنها "تفسير مقترح للمشكلة موضوع الدراسة، يوضح العوامل أو الأحداث أو الظروف التي يحاول الباحث فهمها".[1]

وتتخذ الفرضيّة شكلين أساسيين:

1. صيغة الإثبات: ويعني ذلك أن تصاغ الفرضية بشكل يثبت وجود علاقة إيجابية.

2. صيغة النفي: أي أن تصاغ الفرضية بشكل ينفي وجود علاقة.

وتحدّد الفرضيّة بناء على:

ما يملكه الفرد من رصيد معرفي.

التجارب أو الملاحظات الشخصية.

النظريات العلمية.

نتائج دراسات سابقة.

1 - صياغة عنوان البحث:

ومن الإشكاليات و الفرضيّات يمكن صياغة عنوان البحث، والمفهوم الخاطئ هو أن العنوان كلما كان كبيرا وعاما كلما كان جيدا، وهذا غير صحيح بل على العكس كلما كان الموضوع محددا ومحصورا في نقطة معيّنة كلما كان علميا جيدا أي مصيبا للهدف. لذا على الباحث أن يسأل نفسه دوما ماذا يريد؟ أو ما هو المطلوب دراسته؟ فكل مجال وموضوع له مجالاته المتعددة، وعلى الباحث أن يأخذ جزء" بسيطا من الجزئية الرئيسية. فمثلا في علوم الاعلام والاتصال هناك عدة مجالات، ولو أخذنا تأثير الوسيلة على سبيل المثال نجد أن البحث فيها واسع، حيث يمكن

---

1 - عمار عوابدي، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية والإدارية، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2002.

النظر إليها من الناحية القانونية أو من ناحية علم الاجتماع أو علم النفس...

فكل مجال للتأثير يشكل حقلا خاصا يمكن دراسته، وهكذا يجب تضييق الخناق في كل موضوع.

وعلى الباحث أن يحاول دوما أن يعكس في عنوان البحث علاقة بين متغيرين على الأقل.[1]

وعلى الباحث أن يفرّق بين عنوان البحث وعنوان الكتاب حيث يميل عنوان الكتاب إلى الإثارة لأغراض تسويقية، أما البحث فيجب أن ينظر إلى أن يكون العنوان مختصرا وواضحا وبعيدا عن الإثارة غير المفيدة، وان ينظر إلى أشياء يريد دراستها كالعلاقات أو الأثر أو الوصف.

ومن أهم شروط الفرضية:

تحديدها بشكل دقيق وتعريف المصطلحات إجرائيا.

أن يكون الفرد قابلا للاختبار وتنفيذه.

المرونة في تبنّي الفرضيّة أي الاستعداد لتعديل الفرضيّة أو نفيها.

الموضوعية في تناول الفرضيّة، كالبعد عن الهوى والتحيّز والتعصب في تبني الأفكار.

الاختبار الواعي للفرد بحيث يعتبر إختبار أية فكرة وإخضاعها لتحقيق الميداني، أمرا لازما لسير البحث.[2]

وهنا نلاحظ بأنه بتحديدنا لموضوع الرسالة بهذا الشكل تكون كل المواضيع

---

1 -Bernard Miège, L'information - communication, objet de connaissance، De Boeck, Paris 2004.

2 - idem

المتعلّقة بالدراسة قد تحددت، فالعنوان بداية تحدد ، كما أن إشكالية الدراسة قد تحددت في ماهيّة الخصائص الاجتماعية والثقافية للنساء المذنبات. يعكس العنوان إشكالية الدراسة، ويجب أن يلاحظ أن تكون إشكالية الدراسة محددة بعيدا عن التطويل. ويفضّل أن تختم مشكلة الدراسة بطرح الإشكالية على شكل سؤال ، كما تحددت أيضا تساؤلات الدراسة في ما هي الخصائص الاجتماعية والثقافية للنساء الإعلاميّات.(1)

يصيغ الباحث عنوان بحثه بما يمكنه التعامل معه من الناحية الإحصائية، وبشكل يمكّنه من أن يكون على دراية بالطريقة الإحصائية الواجب اتباعها، فلا يصاغ سؤال لا يعرف الباحث كيف يتعامل معه في التحليل. لذلك إذا لم يعرف الباحث استخدام تحليل الانحدار، فعليه أن يتجنب عنوان فيه مصطلح " أثر"، حيث يتطلب ذلك استخدام تحليل الانحدار. كما انه يجب أن يكون هناك تناسق بين العنوان وطريقة الإحصاء، بل يجب أن يكون التناسق والانسجام بين كامل البحث، من العنوان إلى المراجع.

ويلاحظ أن الأسلوب الإحصائي المستخدم هو أداة للإجابة على تساؤلات البحث، كما يجب الاشارة الى ضرورة أن تنحصر أسئلة الاستمارة فيما يجيب على أسئلة الدراسة، وبحيث لا تضع أسئلة لا تتعلق بموضوع البحث، كمن يبحث اثر العلاقة فيضع سؤالا عن المعوقات مثلا، وهو أمر لا يبحثه الباحث. كما يجب أن تكون التوصيات أيضا ذات علاقة بموضوع الرسالة دون إيراد توصيات متعددة ليس لها علاقة بالبحث، حيث يجب أن ينظر إلى التوصيات على أنها حلول عملية و يجب أن يكون لدى الباحث النتيجة التي تدعمه والتي وصل إليها في دراسته، أي أن على الباحث أن يدعم كل توصية يذكرها بنتيجة وصل إليها في بحثه.

Plusieurs auteurs, Introduction aux SIC, Dir.Philippe Olivesi, op.cit.- 1

II- مرحلة القراءة والمقابلات الاستقرائية

1 - المكتبة البحثيّة:

المكتبة هي المكان المنطقي للحصول على المعلومات، والمادة العلمية المتعلقة بموضوع بحث معين. وكان من نتيجة إنفجار المعرفة في عصرنا الحاضر أن تزايد عدد الكتب والدوريات وملخصات الأفلام ودلائل المراجع وأصبح من المتعذر على المرء متابعة كل المادة المتعلقة بتخصصه العام. بل يكاد يصبح من المحال في الكثير من الميادين مواكبة التخصصات المتنوّعة، والمكتبة هي أهم مصدر للبحوث وأكثرها شيوعا، ولذلك نجد المكتبات الجامعية تبحث عن وسائل جديدة لتيسير عملية البحث عن المعلومات.

تقوم المكتبة بدور مهم في مساعدة الباحثين على جمع المعلومات الخاصة بإشكاليّاتهم البحثية، حيث تقدم لهم خدمات متعددة منها: [1]

تيسير الإطلاع الداخلي علي جميع الكتب والمراجع.

تقديم خدمة الاستعارات الخارجية

تقديم خدمة التصوير

أحيانا تقديم خدمات الترجمة العلمية.

تيسير الخدمات البيليوجرافية.

ويعـرّف المتخصصـون في مراكـز المعلومـات والتوثيـق "الببليوجرافيـات" بأنهـا :

Alex Muchielli, Théorie systémique des communications, Armand Colin، Paris 1999.-1

"قوائم تعطي بيانات عن مواد منشورة أو غير منشورة يتم تجميعها وفقاً لصلة من نوع ما، تربط بين هذه المواد. وتضم موادا مخطوطة أو كتبا مطبوعة. وقد تعالج مقالات الدوريات والرسائل الجامعية، والوثائق الحكومية ، والصور أو أي شكل آخر من وسائل المعرفة.

وتعتبر الببليوجرافيات مصدراً مهماً للمعلومات، يفيد الباحثين فيما يلي:

التحقق والتثبت من صحة عناوين مشكوك فيها أو غير كاملة.

إيجاد المنشورات والعناوين التي صدرت في عهد معين.

الحصول علي معلومات عن أفضل الكتب في موضوع معين.

الحصول علي معلومات عن الطبعات المتعددة التي تظهر بها وعاء من أوعية المعلومات.

الحصول علي معلومات ببليوجرافية تعود لأحد المؤلفين.

وعلى الباحثين إتباع الإجراءات التالية للإستفادة المثلى من المكتبات:

التعرف على مواقع المكتبة وكيفية الوصول إليها من أقرب الطرق.

التعرف على نظم الإطلاع ومواعيد العمل بها ونظم الاستعارة منها، والأقسام المختلفة لها، ونظام الفهرسة والتعامل مع العاملين فيها بكياسة ولباقة ومودة، لكسب احترامهم وصداقتهم، مما يعود عليه بالنفع وتحقيق أكبر قدر من الإنجاز في أقل وقت ممكن.

البحث عن المراجع في صناديق البطاقات، حسب تسلسلها وفقاً للترتيب الخاص المتبع.

تسجيل بيانات المراجع وفقا لبيانات بطاقات الفهرسة، والتأكد من استيفاء رموز الإعارة في ورقة خارجية، ويفضل إعداد كشوف مرتبة بهذه البيانات.

طلب المراجع وفقاً لهذا الترتيب وقراءة محتوياتها وتسجيل بيان بهذه المحتويات، حتى يمكن ترتيب أهمية المرجع حسب الجزء المطلوب استخدامه فيه ومعرفة

مدى سماح المكتبة بالإعارة الخارجية ، ام أنه مخصص للإعارة الداخلية فقط.

معرفة الخدمات المساعدة التي توفرها المكتبة مثل نظم التصوير والمدى المسموح به لتصوير أجزاء من المراجع والدوريات وغيرها مما يحتاجه الباحث.

البدء في إعداد خطة عمل لمسح كافة المراجع الخاصة بالموضع وتحديد برنامج زمني له، سواء للإطلاع عليها في المكتبة أو استعارتها لقراءتها بالمنزل أو لتصويرها ويفضل أن تكون هذه الخطة مرنة وقابلة للتعديل وفقاً للظروف التي قد تنشأ أثناء تنفيذ هذه الخطة، كعدم توفر المرجع المطلوب، لاستعارته بواسطة باحث آخر، أو لوضعه في غير المكان المخصص له داخل المكتبة، أو لضياعه وفقده.

وتأخذ عملية جمع البيانات الجزء الأكبر من وقت الباحث المخصّص للبحث، لذا فإنّه من الضروري أن يدرك أهمية الانتهاء من هذه المرحلة في أسرع وقت ممكن، حتى يتفرّغ للمراحل الأخرى، خاصة ما يتعلق منها بالدراسة الميدانية وما تستلزمه من جهد ووقت ونفقات.

2 - إختيار البيانات واستخدامها:

وتلك إرشادات عامة لطلاب البحث لتعظيم مهاراتهم في اختيار المراجع واستخدامها:

أن يقوم الباحث بتصفح مقدمة المرجع والفهرس والمصادر التي استعان بها، لمعرفة مجالها وأبعادها واتجاهاتها والمعالم الخاصة المميزة لها.

أن يقرأ ما كتب عن موضوعه في دوائر المعارف التي تحتوى أفكارا مبسطة ذات علاقة بهذا الموضوع، كما أنها ترشده الي المصادر الأصلية التي يمكنه الاستفادة بها.

أن يتأكد من معالجة المرجع للموضوع الخاص بالبحث الذي يقوم به، معالجة

متعمقة، خاصة في جزئياته حتى لا يضيع وقتا في قراءة مرجع لا علاقة له بموضوع بحثه.

أن يسترشد بالمراجع التي تحويها الكتب الحديثة.

أن يضطّلع على الدوريات والمجلات العلمية المتخصصة للوقوف علي الأبحاث الجديدة في مجال الدراسة، كما أنه من الضروري الإطلاع علي الاحصاءات الحديثة والمطبوعات الحكومية التي تحوى بيانات تفيد الباحث في مجال تخصه.

أن يقوم بعمل حصر شامل للمراجع ذات العلاقة بموضوع بحثه، إذ يفيده هذا الحصر فيما يلي:

الإحاطة بالأبعاد المختلفة للموضوع.

الإطلاع علي الأساليب والطرق العلمية التي استخدامها الباحثون السابقةن، وبالتالي يمكنه أن يبدأ من حيث أنتهى الآخرون ولا يكرر أفكارهم وتجاربهم.

تحديد النقاط المتصلة بجوهر البحث وترك الأمور غير الضرورية.

الاستفادة من نتائج البحوث السابقة وتوصياتها في إثارة أفكار بحثية جديدة ومستحدثة.

إكساب الباحث مهارة فنية في البحث العلمي وتنمية هذه المهارة باستمرار.

يفيد الحصر الشامل للمراجع للاطلاع على ما سبق نشره في ذات التخصص. (1)

3 - طرق كتابة المراجع:

ويمكن كتابة المراجع بطرق عديدة، وتحدّد المؤسسة الأكاديمية الطريقة المتّبعة لديها. من هذه الطرق: (2)

---

1 - عبدالله محمد زلط، حلقة البحث فى الجامعات والمعاهد العليا، دار الفكر العربى، بيروت2001.

2- Alain Laramée et Bernard Vallée، La recherche en communication، Presse de l'université du Quebec، Quebec 1991.

- أسم المؤلف متبوعاً باسم عائلته، اسم الكتاب، رقم الطبعة، دار النشر، سنة التأليف.
- أسم عائلة المؤلف، إسم المؤلف، اسم الكتاب، رقم الطبعة، دار النشر، سنة التأليف.

وفي قائمة المراجع:

تنازليا حسب سنة تأليف المرجع.

تصاعديا حسب سنة تأليف المرجع.

هجائيا حسب الحرف الأول من اسم المؤلف.

هجائيا حسب الحرف الأول من اسم عائلة المؤلف.

ترتيب المراجع حسب ورودها في سياق البحث أو الدراسة.

III- مرحلة جمع وتصنيف المعلومات

1 - مرحلة جمع المعلومات:

بعد أن قام الباحث بالقراءة الأوّليّة وحدّد اشكاليّته تحديداً واضحاً ودقيقاً، تأتي مرحلة جمع

المعلومات والبيانات المتاحة عن هذه ااشكاليّة البحثية. وتحتاج عملية جمع البيانات من مصادر البحث لإهتمام وعناية خاصة من الباحث، لأنها الأساس الذي سيقوم عليه البناء العام للبحث، أي حجر الزاوية في البحث . فهي من أهم المراحل الأساسية في إعداد البحث العلمي، حيث أن البحث العلمي يسعى بصفة أساسية للإجابة على التساؤلات التي يطرحها الباحث أو الفوارق المحددة سلفاً والمتعلقة بمختلف جوانب البحث. إن ذلك لا يتم أو يتيسّر إلا عن طريق جمع معلومات معينة بهدف التعرّف على الحقائق المرتبطة بموضوع البحث. ثم تعالج هذه المعلومات والحقائق بأسلوب علمي للخروج بالنتائج المنطقية التي يسعى الباحث للوصول إليها.[1].

وقد يواجه الباحث في هذه المرحلة العديد من الصعوبات، من أهمها:

كيف يحصل علي هذه البيانات.

ما هي مصادر البيانات

أين سيجد هذه البيانات.

---

1 - مكتب التربية لدول الخليج العربي، واقع البحث العلمي في الوطن العربي، وقائع ندوة: "تطبيق نتائج البحوث لتنمية المجتمع العربي"، مكتب التربية العربي، الرياض1990 .

وقد يستطيع الباحث بالتخطيط الجيد أن يتغلب على هذه المعوقات من خلال إعتماده على ثقافته العامة وخبراته الشخصية والتخصصية، و على نصائح أهل الاختصاص والعلم، وعلى جميع المطبوعات المتوفّرة لديه (كتب ودوريات ورسائل علمية)، وعلى مراكز المعلومات والمكتبات وشبكة المعلومات وقواعد البيانات.[1]

هناك خلط واضح بين مدلول البيانات ومدلول المعلومات لدى عدد من المهتمين بدراسة البحث العلمي إذا يستخدم بعضهم مصطلح البيانات وهو يقصد به مصطلح المعلومات والعكس بالعكس صحيح. ولكن وجد فرق بين مدلولي البيانات والمعلومات. ويتضح الفرق بنهما من خلال التعريف التالي: "البيانـات هي مجموعة المشاهدات والملاحظات والأرقام والآراء المتعلقة بظاهرة أو مشكلة معينة. فهي المادة الخام التي يستخدمها العقل في التفكير وعن طريق الربط بين أجزائها أو مقارنتها أو تقييمها قد ترقي معلوماتها إلي مستوي النظرية". [2]

المعلومات تعني : بيانات جاهزة تتصف بالوضوح والتنظيم والتوثيق الملائم، وسهولة الرجوع إليها مباشرة من المكتبات ومصادر المعلومات التقليدية والحديثة.

باختصار، البيانات هي مادة يجمعها الباحث كما هي أو علي طبيعتها، بينما المعلومات هي نتاج عملية جمع البيانات وتحليلها وتنظيمها. وتبرز أهمية البيانات والمعلومات من أهمية البحث العلمي عامةً والتربوي خاصةً وتتمثل هذه الأهمية فيما يلي:

---

1 -حسن شحاته، البحوث العلمية والتربوية بين النظرية والتطبيق، مكتبة الدارالعربية للكتاب،ط1، القاهرة 2001.

2-مجدى عزيز ابراهيم، مناهج البحث العلمى فى العلوم التربوية والنفسية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة 1989 .

أنها المصدر الأساسي لإختيار الاشكاليّات والظواهر البحثية والتي تشكل نقطة الإنطلاق الحيوية في أية بحوث وجهود علميّة.

أنها وسيلة البحوث العلمية وهدفها في آن واحد، حيث أن البيانات والمعلومات هي المادة الأساسية لأي بحث علمي، والتي بدونها لا يمكن دراسة وتحليل المشكلات والظواهر والتعرف على أبعادها وأسبابها وسبل معالجتها.

أنها البذور الحيوية في بناء المعرفة الإنسانية وتطويرها واسترجعها واستعمالها بالصورة المناسبة وفي الوقت الملائم.

أنها عناصر هامة في اتخاذ القرارات اللازمة والمتعلقة بالبحث العلمي في مختلف المجالات الخدمية والإنتاجية.

أن نظم البيانات والمعلومات هي أساس العلم وزيادة الوعي الثقافي والتخصصي وتأهيل الكفايات البشرية في مختلف مجالات البحث العلمي.

2 - مصادر البيانات:

ويمكن تقسيم مصادر البيانات والمعلومات بصورة عامة كما يلي: [1]

أ- المصادر المكتوبة والمصادر غير المكتوبة:

المصادر المكتوبة تتضمن كافة المطبوعات والمخطوطات، وكذلك الرسوم والرموز والإشارات المكتوبة، والتي تحمل في طياتها معاني معيّنة ذات علاقة بالمشروع البحثي المعنى. فالسجلّات الحكومية والوثائق الحكومية والرسائل والملحوظات الشخصية كلها تعتبر مصادر معلومات مكتوبة.

المصادر غير المكتوبة تتضمن كافة مصادر المعلومات اللفظية والمرئية بالنسبة للمشروع البحثي المعني. فالبيانات والمعلومات المقدمة شفهيا من قبل مسئول في

---

1 - محمدعلى محمد،علم الاجتماع والمنهج العلمى ، دارالمعرفة الجامعية، ط 3 ، القاهرة 1988.

جهته التي يعمل فيها قد تكون المادة التي يسعى الباحث للوصول إليها. [1]

ب- المصادر المادية والمصادر غير المادية:

المصادر الماديّة تتجسّم بمواد حقيقيّة ذات علاقة بمشروع بحثي معين، ومثل هذه المصادر تعتبر شائعة بالنسبة للمشاريع البحثية في العلوم الطبيعية مقارنة بالعلوم الإنسانية.

والمصادر غير المادية تتضمن المصادرالمسموعة والمرئية والمعلومات المتوافرة في ذاكرة الباحث وثقافته، وهذه المصادر تكون أكثر شيوعاً في العلوم الاجتماعية والإنسانية.

ج- المصادر السابقة والمصادر الحاضرة والمصادر المستقبلية :

مصادر المعلومات السابقة هي تلك المصادر المرتبطة بالمشروع البحثي ولكنها تخص فترة زمنية سابقة. مثل السجلات الخاصة بالواردات والصادرات في فترة العشر سنوات السابقة.

مصادر المعلومات الحالية هي تلك المصادر التي تعكس الوضع والظروف الحالية بالنسبة لمشروع بحثي حالي مثل نظم الاتصالات الحالية.

مصادر المعلومات المستقبلية تتجسم في دراسات التنبؤ والتصور المستقبلي وبالطبع أن بناء واستنباط توقعات مستقبلية اعتماداً علي معلومات حاضرة يعتبر في حد ذاته مصدراً مستقبليّاً مهماً للمعلومات.

---

1 -عاصم محمد الأعرجى، الوجيز فى مناهج البحث العلمى، دار الفكر للنشر والتوزيع ، ط1، القاهرة 1995.

د- المصادر الرسمية والمصادر الشخصية :

المصادر الرسمية تتضمّن الوثائق الحكومية والسجلّات الرسميّة والمخطّطات والخرائط المرسومة والنشرات وغيرها من الوثائق الرسميّة، وهي تقدّم معلومات عامة يمكن للباحث أن يقسمها إلى فئات حسب بحثه.[1]

المصادر الشخصية تتضمن الرسائل الشخصية والملاحظات الشخصية وتاريخ الحياة الشخصية، وللمصادرالشخصية سمات معيّنة قد تؤثر علي نتائج البحوث المعتمدة عليها، فهي عرضة لتأثيرات الانحيازية والأهواء الشخصية، وهذا قد يحرّف البحوث بعيداً عن الدقة المطلوبة، ولكنّ جمع مثل هذه المصادر تكون أقل صعوبة وتكلفة من المصادر الرسمية.

هـ- المصادر الأولية والمصادر الثانوية:

وهي أكثر التصنيفات شيوعا: المصادر الأولية تتضمن البحوث التي نشرت لأول مرة مثل الرسائل والمجالات العلمية، بالإضافة إلي المقابلات وقوائم الاستبيان والاستقصاء. وهي تقود الباحث عادةً إلى معلومات أوّلية عن موضوع البحث أي معلومات مباشرة وآنيّةعن الموضوع.

والبيانات الأولية، يقصد بها تلك البيانات التي يقوم الباحث بجمعها مباشرة لأول مرة للأغراض المباشرة للبحث الذي يقوم به. ويلجأ الباحث لهذا النوع من البيانات التي تتصف غالبا بأنها أكثر تحديدا وتركيزا وارتباطا بمشكلة البحث، إذ لا تفي البيانات الثانوية في معظم الحالات بالاحتياجات التي يتطلبها بحث معيّن عن مشكلة محددة. ويتم جمع البيانات الأولية إما مكتبيا أوميدانيا أو تجريبيا،

1 - محمد احمد الزعبي،علم الاجتماع العام والبلدان النامية، ط2، بيروت 1991.

باستخدام طريقة أو أكثر، مثل تحليل المضمون، الاستقصاء ، المقابلة، الملاحظة، التجربة...الخ.

3 -البيانات الثانوية:

المصادر الثانوية تتضمن المصادر التي نشرت ملخصات بحوث جمعت من المصادر الأولية ومن أمثلتها دوريات المختصرات، المراجعات، الكتب الإرشادية، الموسوعات، والمواد المترجمة، والمقالات. وهذه المصادر تزود الباحث بمعلومات غير مباشرة وغير أنية عن موضوع البحث.

والبيانات الثانوية هي تلك البيانات المنشورة أو التي تم جمعها وتسجيلها، والمتعلقة بظاهرة معينة أو موضوع من الموضوعات يقوم الباحث بدراسته. وتتوفّر هذه البيانات الثانوية في الكتب والدوريات والمجلات العلمية، أو لدى بعض الجهات صاحبة البيانات أو الجهات المتخصصة في جمع البيانات والمعلومات وتسجيلها، كوزارة التخطيط والجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ومركز صنع القرار التابع لمجلس الوزراء وبعض المراكز والمؤسسات الأخرى التي تتولى قضية جمع البيانات والمعلومات اهتماما كبيرا.

ومن الضروري أن يميّز الباحث بين البيانات المتصلة بموضوع البحث وتلك التي لا صلة لها بهذا الموضوع علي الإطلاق، حتى لا ينفق وقتاً أو جهداً فيما لا عائد منه.

ويقسم الخبراء البيانات الثانوية إلى : (1)

حســب الســن والنــوع والدخــل ودرجــة التعليــم والفئــات الوظيفيــة ومناطــق العمــل

1 - بيانات ثانوية داخلية، مثل إعداد العاملين في مؤسسة من المؤسسات وتوزيعهم.

Guy Roche، L'action sociale، éditions HMH، ، Paris 1968، p.3

ورأس مال المؤسسة وأرقام إنتاجها ومبيعاتها في الداخل والخارج. ويدخل في نطاق البيانات الثانوية أيضا إعداد طلاب الجامعات والمعاهد العليا وتوزيعهم على الكليات والمعاهد وتصنيفهم من حيث الجنس(ذكر، أنثى) وسنوات الدراسة ومحل الإقامة والتخصص الدراسي .. الخ.

ومثل هذه البيانات لا تعطى للباحثين إلا بموافقة مسبقة وتصريح خاص، نظراً لعدم تداولها، إذ هي تمثل أنشطة خاصة للجهات الحكومية أو الأهلية.[1]

-2 بيانات ثانوية خارجية، مثل تلك التي تتضمنها الكتب والدوريات والنشرات والإحصاءات الرسمية المنشورة، كتلك التي يصدرها الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء في مصر في فترة زمنية معينة. وتتضمن إعداد السكان وتوزيعهم علي المحافظات والمراكز والقرى، وتصنيفهم من حيث النوع والمراحل العمرية ومحل الإقامة والدخل والحالة الاجتماعية .. الخ.

ويدخل في نطاق البيانات الثانوية الخارجية أيضا الإحصاءات الخاصة بالإنتاج والاستهلاك والأسعار والإدخار وإعداد الشركات وأنواعها والجهات الحكومية وتقسيماتها المختلفة والقوانين والقرارات الوزارية المنشورة في الجريدة الرسمية، وغيرها من البيانات العامة التي يمكن لأي باحث الحصول عليها دون موافقة مسبقة أو إذن خاص، إذ هي متاحة ومنشورة وينتقي منها الباحث ما يناسب نوع الاشكاليّة البحثية التي يتصدى لدراستها.[2]

---

1 - فاطمة محمد حبيب،" الصعوبات التى تواجه الباحث العربى فى مجال البحث العلمى"،

http://www.alarabimag.com

2- حسن حمدان الحكيم،"الواقع التعليمي والثقافي في الوطن العربي، صحيفة الاتحاد"،

http:www.alzatari. org motamara

وعلى الباحث مراعاة ما يلي: (1)

دراسة البحوث التي تناولت هذا الموضوع من قريب أو بعيد.

تحليل المادة الغير منشورة أو مشاريع الأبحاث التي تدور حول الموضوع.

تحليل المشكلة مع الزملاء والأساتذة خاصة من درس هذا الموضوع من قريب أو بعيد إدراك خطوات البحث.

يقصد بجمع المادة العلميّة أن يعد الباحث الأوراق التي ستلزمه ليسّجل عليها ما يجمعه من مادة في قراءاته الشاملة للموضوع وفي تجاربه وملاحظاته. وهناك عدة طرق يمكن استخدامها لجمع المعلومات ولكل طريقة ميزتها وعيوبها. وليست هناك طريقة واحدة يمكن الاقتصار عليها دون غيرها. ومن هذه الطرق ما يلي:

أولا: طريقة الدفتر أو الكراسة وهي أشهر طريقة معروفة لجمع المعلومات، حيث تتم باستخدام مفكرة أو دفتر أو كراسة عادية تدون فيها المعلومات. وميزة هذه الطريقة أنها رخيصة غير مكلفة وعملية لأن الكراسة يسهل حملها ونقلها، إلا أن أهم ما يعاب عليها صعوبة ترتيب صفحاتها إلا بنزعها. وهذا يعني أنه من الضروري أن يكون جمع المعلومات بطريقة مرنة تمكّن من سهولة استخدام المعلومات والرجوع إليها، أو إعادة ترتيبها. ومن المعروف أنه كلما زادت المعلومات التي يقوم بجمعها الباحث، ظهرت الحاجة الى استخدام المعلومات لأغراض أخرى متنوعة قد تختلف عن تلك التي جمعت أصلاً من أجلها، وهذا يستدعي إعادة ترتيب المعلومات، ومن الأفضل بالطبع أن يتم ذلك مع اقتصاد في الجهد والوقت.

ثانيا: طريقة البطاقات وهي أكثرالطرق استخداماً في البحوث وأقلّها عيوبا

---

1 -محمد مسعد ياقوت، "البحث العلمى العربى معوقات وتحديات"، .http://www.al-jazirah.com

على الإطلاق. حيث يفيد نظام البطاقات في تجزئة المعلومات للباحث بطريقة مبسطة، وفي إمدادها الباحث بالمادة العلميّة لموضوع البحث.

* البطاقات من ورق مقوى مناسب، حجمها عادة حوالي 10×15سم (حجم صغير) أو 15×20سم (حجم كبير)، وعلى الباحث أن يتعود على تدوين ملاحظاته في تلك البطاقات. وقد تبدو العملية صعبة في البداية إلا أنه مع مرور الوقت ومع التعود فإن الباحث سيجد أن هذه الطريقة في تدوين الملاحظات، طريقة منظمة، مناسبة للتداول، سهلة في الاستعمال وفي الرجوع إليها بشكل ميسر، أفضل من استعمال الورق العادي، أو الكتابة على أقرب شئ لمتناول اليد).

وتكتب الملاحظات بخط اليد، بالحبر أو بالحبر الجاف، وليس بالقلم الرصاص، حتى لا تسمح الكتابة بالاستعمال ولا يكتب بالبطاقة الواحدة سوى فكرة واحدة وعلى وجه واحد من البطاقة، حتى يسهل الاستفادة منها عند الحاجة، أو استبعادها بسهولة عندعدم الحاجة. ويجب أن تحتوي البطاقة على ثلاثة أنواع من المعلومات:

* جملة تعريف بالموضوع العام ، الجاري جمع المصادر عنه

* الفكرة المأخوذة

* بيانات المصدر كاملة.

وتتعدد طرق التسجيل في البطاقة بما يناسب الباحث.[1] ويمكن اليوم إستبدال هذه البطاقات باللوائح الالكترونية المدوّنة على الحاسوب بنفس الطريقة.

---

1 -حمود البدر،"معوقات البحث العلمى فى العلوم الاجتماعية و الانسانية"، في الموقع:

http://www.swmsa.net

4 - وسائل جمع البيانات:

أمّا أهم وسائل جمع البيانات فهي:

أ- وسيلة الملاحظة:

تعتبر من أهم الوسائل التي يستعملها الباحثون في جمع المعلومات والحقائق ولا تقل أهمية عن المقابلة والاستمارة. وهناك عدة تقسيمات وأشكال لها، وفقا لدرجة الضبط:

الملاحظة البسيطة (العادية): ويقوم فيها الباحث بملاحظة الظواهر والأحداث، كما تحدث تلقائيا في ظروفها الطبيعية دون إخضاعها للضبط العلمي، أي دون إعداد مسبق لها أو استخدام الوسائل العلمية فيها. هذا النوع من الملاحظة مفيد في الدراسات الاستطلاعية التي تهدف إلى جمع البيانات عن الظواهر والأحداث تمهيدا لدراستها دراسة معمقة.

الملاحظة المنظمة (العلميّة): وهي النوع المضبوط من الملاحظة العلمية، حيث تخضع لدرجة عالية من الضبط العلمي، بالنسبة للمادة الملاحظة، كما تتحدد فيها ظروف الملاحظة كالزمان والمكان، وغالبا ما يستعان فيها بالوسائل الميكانيكية، كمسجّلات الصوت والكاميرات.

وتقسم الملاحظة وفقا لدور الباحث إلى:

الملاحظة بدون مشاركة: وهي التي يلعب فيها الباحث دور المتفرّج أو المشاهد بالنسبة للظاهرة أو الحدث موضوع الدراسة، وهي تمتاز بالموضوعية لأن بعد الباحث عن الظاهرة يقلل من احتمال تأثّره بها.[1]

---

1 - مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام، "البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي العربي: الواقع، والمشكلات، ومتطلبات النجاح، ومقترحات التطوير"،

http://www.asbar.com

الملاحظة بالمشاركة: وهي التي يقوم فيها الباحث بدور العضو المشارك في حياة الجماعة موضوع البحث وبتالي فإن الباحث يلعب دورين:

دور العضو المشارك في حياة الجماعة.

دور الباحث الذي يجمع البيانات عن سلوك الجماعة.

ونقاط ضعف الملاحظة بالمشاركة هي:

× احتمال التحيز في البيانات.

× إثارة مشاكل خلقية، كأن يتهم الباحث بأنه جاسوس على جماعة.

× هذه الطريقة صعبة التطبيق في الواقع، كونها تتطلب المهارات الدقيقة.

ب- وسيلة المقابلة:

المقابلة هي مجموعة من الأسئلة التي يقوم الباحث بإعدادها وطرحها على الشخص موضع البحث وجها لوجه، ويقوم الباحث بتسجيل الإجابات عليها بنفسه.

يعرّفها البعض بأنّها تفاعل لفظي يتم بين شخصين في موقف مواجهة، حيث يحاول أحدهم أن يستثير بعض المعلومات التي تدور حول آرائه ومعتقداته.[1]

لكي تحقق المقابلة هدفها، تقع على الباحث الذي يجري المقابلة ثلاث واجبات رئيسية:

أن يخبر المبحوث عن طبيعة البحث وضرورة تعاونه.

أن يحصل على المعلومات التي يرغب فيها. وأن يحدد مصادر البيانات التي لم يحصل عليها.

1 - أحمد شلبي، كيف تكتب بحثا أو رسالة دراسة منهجيه لكتابة البحوث وإعداد رسائل الماجستير والدكتوراه، الطبعة الرابعة والعشرون، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة 1997.

تمكّن الباحث من ملاحظة سلوك الأفراد والمجموعات، والتعرف عن آرائهم ومعتقداتهم، وتثبيت صحة المعلومات التي حصل عليها.

يمكن تقسيم المقابلة وفقا لنوع الأسئلة التي تطرح فيها إلى ثلاث أنواع:

المقابلة المقفلة: وتطرح فيها أسئلة تتطلب إجابات دقيقة مثل: (نعم / لا).

المقابلة المفتوحة: وتطرح فيها أسئلة غير محددة الإجابة مثل: (ما رأيك في موضوع التعليم المختلط؟). يمتاز هذا النوع بغزارة بياناته وصعوبة تصنيفها.

المقابلة المقفلة المفتوحة: وهو مزيج من النوعين السابقين، وهي أكثر المقابلات شيوعا.

ويمكن تقسيم المقابلة وفقا لأغراضها:

المقابلة الاستطلاعية (المسحية): يستعمل هذا النوع للحصول على معلومات من أشخاص ممثلين لمجموعاتهم.

المقابلة التشخيصية: ويستعمل هذا النوع من المقابلة لفهم مشكلة ما وأسباب نشوئها وكل ما يتعلق بها.

المقابلة العلاجية: في هذا النوع تستخدم المقابلة للتخطيط لعلاج مناسب للمشكلة، والقضاء على أسباب المشكلة.

المقابلة الاستشارية: يستعمل هذا النوع من المقابلة لمساعدة الشخص على فهم وحل مشاكله الشخصية بمساعدة الباحث.[1]

ومن عيوب المقابلة:

× الأجوبة الكاذبة: يمكن أن تكون للمستجوب أسباب معينة تدفعه أن يكذب،

---

1 - أمين الساعاتي، تبسيط كتابة البحث العلمي، المركز السعودي للدراسات الإستراتيجية، القاهرة 1993 .

كأن يخاف أن الأجوبة التي سيدلي بها ستصل للمدير.

× مقاومة المستجوب: وهي أن يدلي المستجوب بإجابات يضنها أكثر تلاؤما مع الظروف وليست تلك التي تعبر بحق عما يفكر فيه.

× ذاتية المستجوب أو المبحوث: وهو أن يفكر الباحث في إعطاء معنى آخر للإجابات، كأن يقول أن المبحوث أراد أن يقول كذا وكذا.

ج- الاستمارة و سبر الآراء:

تعتبر الاستمارة تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد بطريقة موجهة، و لأن صيغ الإجابة تحدد مسبقا، هذا يسمح بالمعالجة الكمية.

وهناك ثلاث فروق بين الاستمارة وسبر الآراء:

موضوع الأسئلة:

الاستمارة تتناول أنواع عديدة من المواضيع، لمعرفة الوقائع والاعتقادات والتقييمات. تشترك مع بحوث تقصي الآراء بمعنى مساهمة الأفراد حول تقييم ما أو نية القيام بفعل معين.

مجموعة الأفراد المستهدفين:

الاستمارة ليس لها نفس أهداف سبر الآراء، لأن عدد الأفراد المستهدفين عادة ما يكون فيها غير محصور، فهي بتقنية إحصائية تسمح بالاستعلام عن مجموعة كبيرة من الأفراد نسبيا.[1]

عدد الأسئلــة:

- تتضمــن الاســتمارة عــشرات الأسـئلة وطولهــا لا يســمح باتســاعها، وتخاطــب مئــات

1 - عمار بوحوش و محمد محمود الذنيبات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2001.

الأشخاص كحد أقصى. أما سبر الآراء فيتميز بالقصر، ولا يتجاوز عادة صفحة أو صفحتين.

أنواع سبر الرأي هي:

السبر الفوري: وهو تقصي يتم في مدة زمنية واحدة، وهو الأكثر استعمالا والأقل تكلفة.

السبر المكرر: هو تقصي يجري أكثر من مرة واحدة على نفس الأفراد، وهو قليل الاستعمال، لكنه مهم جدا بالنسبة لتحديد المتغير. مثل: متابعة تغيّرات المجتمع قبل وأثناء كل عملية انتخابية.

سبر الاتجاه: تقصي يتم في فترات زمنية مختلفة بطرح نفس الأسئلة تقريبا على أفراد متغيرين، وهو يقع بين السبر الفوري والسبر المتكرر. مثل: متابعة صعود درجة شعبية الأحزاب السياسية وانخفاضها عن طريق السبر السياسي.

ومن عيوب هذه الوسيلة:

× التزييف الإرادي للأقوال.

× عجز بعض المبحوثين عن الاجابة(الأمية لازالت سارية).

× المعلومات الموجزة.

× رفض الإجابة. منذ الستينات تراجعت نسبة الإجابة على الاستبارات من 80 % إلى 65 %.

و هناك نوعان من الاستمارة :

استمارة الملء الذاتي: وهي وثيقة تملأ من طرف المبحوث نفسه.

استمارة بالمقابلة: وهي أسئلة يطرحها الباحث نفسه.[1]

1 - راجع: عمار عوابدي، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية والإدارية، ط4،: ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2002.

IV- تحليل النتائج ووضع الصياغة النهائية

1 - تحليل النتائج:

يشمل الطريقة التي استخدمت في التحليل بما في ذلك عملية الترميز إن وجدت، أو ادخال البيانات في الحاسب الالي والرزم الاحصائية المستخدمة في التحليل مثل الـ SPSS ، والطريقة التي تم فيها حساب علامات المفحوصين خاصة في المقاييس أو الفهارس، وكذلك بيان الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل مثل اختبار (ز) أو (ت) أو (ف) ولماذا استخدمت؟ [1]:

عند استعراض النتائج يعطى تقديم قصير لهدف الدراسة الرئيسي، وطريقة اختيار العينة وحجمها، واسلوب جمع البيانات وعملية إدخالها، والأساليب الإحصائية المستخدمة وبيان كيفية عرض النتائج كما. ويفضل ترتيب عرض النتائج وفق ترتيب فرضيات أو اسئلة الدراسة وذلك بكتابة السؤال أو الفرضية وعرض النتائج الخاصة بها. وتعرض النتائج بجداول أو اشكال بيانية، ويراعى عدم التكرار والربط بين الفرضيات.

ويشمل فصل النتائج(الفصل الرابع) عادة ثلاثة أجزاء رئيسية هي :

أ- خصائص العينية، ب- الإجابة على الاسئلة أو الفرضيات، ج- ملخّص الفصل.

وقياس الاتجاهات عملية ليست سهلة، والخطأ الاكبر ينتج من الباحث حيث

1 - آل رشاش، الاقتباس المباشر وغير المباشر،2007، متوفر على موقع:

http://alyaseer.net/vb/archive/index.php?t-11279.html

يضع اسئلة خاطئة من حيث أنها مثلا لا اختلاف فيها، وبالتالي تكون النتائج خاطئة علميا.

وهناك قواعد عامة لأسئلة الاتجاهات، منها :

* أن تكون الاسئلة ايجابية – سلبية – محايدة.

* أن تكون معتقد– سلوك– عاطفة (أحب–لا أحب، اعتقد– لا اعتقد...).

2 - الصدق والثبات :

من المهم أن يشير إلى أي مدى هذه الاداة التى استخدمها صادقة، يعني هل قاست فعلا ما وضعت لقياسه أم لا. وهناك أنواع عدة للصدق:

الصدق الظاهري: إذا كان مظهر الاداة يدل على قياس ما وضعت لقياسه.

صدق المحتوى: إذا كان محتوى الاداة يقيس ابعاد ومفاهيم الدراسة ومن طرق قياسه معاملات الارتباط.

صدق المفهوم: يتعلق بالبناء المفاهيمي، أي أن تقيس الاداة المفهوم موضوع الدراسة.

صدق المحك: يعنى مدى ارتباط المقياس مع معيار محدد(محك)، فيكون الاختبار ناجحا إذا كان المحك صادقا في الكشف عما جاء به المحك.

الصدق التنبئي: يعتمد على مدى تنبؤ المقياس بالواقع.

الصدق التلازمي: إتفاق نتائج مقياسين يقيسان نفس الصفة، وأحدهما معروف بالصدق والثبات.

ويـدل الثبـات عـلى اتسـاق النتائـج، بمعنـى إذا كـرر القيـاس وحصـل الباحـث عـلى نفـس النتائـج فهـذا هـو الثبـات. والثبـات في اغلـب حالاتـه هـو عامـل ارتبـاط، وهنـاك عـدد مـن الطـرق لقياسـه ومـن اكثرهـا شـيوعا، والتـى يمكـن مـن خلالهـا قيـاس الصـدق والثبـات، هـي طريقـة" كرنبـاخ الفـا"، والتـى تعتمـد عـلى الاتسـاق الداخـلي وتعطـي فكـرة عـن اتسـاق الاسـئلة مـع بعضهـا البعـض، ومـع كل الاسـئلة بصفـة عامـة. ومـن

مقاييس الثبات ايضا طرقة إعادة الإختبار وطريقة الصورة البديلة، وأخيرا طريقة تجزئة الإختبار إلى نصفين.

إذن المهم في الاداة الصدق والثبات، ومن المهم جدا أن تقيس الاسئلة المفهوم، فاذا كان المراد قياسه هو الولاء التنظيمي فيجب تحويل المفهوم إلى قياس وقد يكون هذا المفهوم واحد أو متعدد وسواء تعدد المفهوم (بناء مفاهيم) أو لا فيجب أن تقييس الاسئلة هذا المفهوم. فلو قلنا أن المراد قياسه مدى الرضى الوظيفي فهنا المفهوم ليس واحدا وانما متعدد، ففي جزئية منه الرضى عن الراتب والرضى عن الزملاء والرضى عن رؤسائه... اذن يجب أن تقيس الاسئلة هذه المفاهيم. وهذا هو الهدف الاساسي في وضع الاسئلة، وليس فقط تكديس أسئلة في الاستبانة دون أن يكون هناك رابط بينها، أو بحيث لا تهدف إلى قياس ما وضعت من أجله.

-3 الاقتباس في البحث العلمي:

يعني الاقتباس أخذ المعلومة بنصها الحرفي من المرجع أو المصدر وكتابتها في البحث أو الدراسة. [1] وهناك أنواع عديدة من الاقتباسات:

أولا: الاقتباس المباشر وهو أن ينقل الباحث حرفيا من مادة كتاب معين يقل عن ستة أسطر ويضعه بين هلالين، ويضع رقماً بعد الهلالين واضعا بالوقت ذاته الرقم نفسه في أسفل الصفحة، وتدرج فيه معلومات تفصيلية عن المصدر مع وضع نقطة في نهاية رقم الصفحة. وهنالك اقتباس حرفي لكنه يزيد عن ستة أسطر، فإن الباحث يفصل المقتبس من المتن وذلك بترك مسافة حيث يكون المقتبس وسط الصفحة، ولا يضع هلالين مزدوجين، على أن تضغط المسافة بين أسطر المقتبس بما يعادل نصف المسافة المستعملة في متن البحث، ثم يضع الباحث رقماً في نهاية

1 - حسين عبد الحميد رشوان، العلم والبحث العلمي دراسة في مناهج العلوم، الطبعة الخامسة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية 1992 .

المقتبس. ويوضع الرقم نفسه في أسفل الصفحة مع ذكر اسم المصدر كاملاً إن كان يسجل في الهامش للمرة الأولى.

ثانيا: الاقتباس غير المباشر وهذا النوع من الاقتباس غالباً ما يستعمل عندما يلجأ الباحث الي فهم فحوى الأفكار أو معناها من المصدر الذي يطلع عليه، ثم يعود ويكتب بلغته الأفكار ذاتها، فإنه لا يضع الهلالين، وفي الوقت نفسه يضع رقماً في متن البحث، هو نفسه الرقم في هامش البحث. ويمكن للباحث أن يأخذ من أكثر من مصدر الفكرة الواحدة التي يستخدمها، وبذلك يدوّن المصادر في الهامش وبالرقم نفسه حيث وردت.

يحدث في كثير من الأحيان أن يصادف طالب الدراسات العليا أو الطالب المشارك في حلقة البحث، بعض المراجع التي يميل مؤلفوها الي الإسهاب والشرح المفصل، ولا يجد الطالب مبررا للاحتفاظ بنص ما يعرضه المؤلف كما هو كاملا في بطاقات جمع البيانات. وفي هذه الحالة يمكن للطالب التلخيص واختصار الجمل دون إخلال بالموضوع أو بوحدة الفكرة أو بسياق النص وتسلسل أفكاره تسلسلا منطقيا، ويجب عليه قراءة النص المطلوب تلخيصه مرتين قبل الشروع في التلخيص، يتم خلالهما تحديد الأفكار الرئيسية التي يعرض لها النص، ثم يشرع في إستبعاد الجمل الزائدة ويعيد صياغة النص ملخصا وبما يتلاءم مع الغرض من بحثه. وننصح الباحثين الجدد قبل وأثناء عملية التلخيص، بمراعاة ما يلي:[1]

ألا يكون التخليص شديد الإيجاز الى درجة الإخلال بالمعني.

أن يسمح بعرض المضمون أو الأفكار الرئيسية التي يتوخاها مؤلف النص الأصلي.

---

1 - خالد خميس فراج ، البحث العلمي، 2009،

http://www.angelfire.com/dc/search

ألا يفقد سلامة التعبير وتسلسل العرض ومنطقيته خاصة فيما يتصل بالدراسات التاريخية، عندما يقوم ترتيب الحوادث، وفقا لتسلسلها التاريخي بدور مهم في البحث.

أن يكون التلخيص ضروريا لإبراز العناصر الرئيسية للمضمون الفكري للنص المراد تلخيصه، خاصة إذا كان يتصف بالإسهاب والتطويل.

أن يراعي الطالب أثناء تلخيصه الحقيقية العلمية المجردة التي يستهدفها المؤلف الأصلي من الفقرة أو الجزء المزمع تلخيصه.

أن يقوم بمراجعة النص الملخص مع النص الأصلي مرة أخرى للتأكد من سلامة التلخيص ومن محافظته علي البنيان الفكري والهدف الذي توخاه صاحب النص الأصلي.

أن يصاغ التلخيص بأسلوب علمي دقيق وأن يراعي الشروط الواجب توافرها في لغة البحث العلمي.

ويلاحظ في بعض الأحيان أن الباحث يقتبس فقرة من كتاب سبق نقلها مؤلفها من كتاب آخر، عندئذ ينبغي الإشارة في الهامش الى المصدرين لا للمصدر المنقول عنه مباشرة، بل والمصدر الذي تم استقاء الفقرة المقتبسة منه ايضا، لتتحقق الأمانة العلمية المطلوبة في البحث.

وقد تواجه الباحث بعض الأخطاء الإملائية والنحوية الواردة في الاقتباس، وعليه أن يدرجها كما هي، وحالما يصل الي الخطأ يفتح قوسين ويصحّح الخطأ لتوضيح الفرق بين عبارة لباحث والعبارة المقتبسة.

على الباحث أن يوظف الاقتباس توظيفا علمياً يخدم بحثه، وأن يتمتع بفكر تحليلي ونقدي يظهر شخصيته وقدرته على البحث، خاصة في الربط بين كل فقرة مقتبسة وأخرى، وأن يكون له أسلوبه وقدرته على توظيف المعلومات وعرضها، وإلا جاء بحثه مجرد جمع وحصر لمعلومات مقتبسة.

باختصار، يعد الاقتباس أساس البحث لعلمي، وكما يؤكد الخبراء إنه دليل على القراءة الواسعة للباحث، والمعرفة الشاملة بالأفكار والبحوث القديمة والحديثة، مما يؤهله لاكتساب ثقة القارئ واطمئنانه لأفكاره وآرائه. وكما تتأكد شخصية الباحث من آرائه وأسلوب عرضه، فإنها تتجلى أيضا من طريقة نقله واقتباسه وقدرته على دمج الاقتباسات في موضوع بحثه، والاستفادة منها. (1)

4 - الخطّة البحثية:

سوف نقترح نموذجا لتقسيم البحث أو الرسالة البحثية، ليس من الضروري أن يلتزم به الباحثون الجدد، ولكنّهم يمكنهم اعتمادها في البداية كتمرين بحثي:

{المقدمة العامة/ - الفصل الأول: الإطار المنهجي:

ويشمل إشكالية البحث، فرضيّات البحث، أهمية البحث، أهداف البحث، آليّة البحث، مخطط البحث.

- الفصل الثاني : الإطار النظري والدراسات السابقة:

في هذا الفصل يتم شرح المصطلحات والمفاهيم المستخدمة في التليل، وكذلك النظرية أو النظريات أو الاطار المعرفي الذي يستند اليه البحث و التليل. وفي موضوع الدراسات السابقة، يستحسن البدء بالدراسات الأحدث كونها تشمل الدراسات الأقدم،وكذلك البدء بملخصات الدراسات حيث يمكن الاستدلال على صلة الدراسة بموضوع البحث، كما يستحسن إستعراض أهم نتائج الدراسات السابقة، والإشارة إلى خصائصها إذا كانت ذات أهمية للدراسة الحالية.

- الفصل الثالث : الاطار التاريخي والموضوعي:

---

1 - ديوبولد فان دالين، ترجمة محمد نبيل نوفل وآخرون، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة 1997.

يعتبر هذا الفصل الدخل الى موضوع البحث العام وفيه يتم التعريف بالموضوع و شرحه ورسم اطاره التاريخي.

- الفصل الرابع : عرض النتائج :

هذا الفصل مخصص لمعالجة إشكالية البحث وإختبار فرضيّاته، و فيه يتم عرض نتائج الدراسة الميدانية.

الفصل الخامس : الخلاصة والمناقشة والتوصيات/الخاتمة العامة: نافذة إلى المستقبل.

الفصل السابع:

المعوقات التطبيقية لأبحاث الإعلام
و الاتصال في العالم العربي

تمهيد

I- الإشكاليّات المنهجيّة

II- المعوقات العمليّة

III- المكتبة البحثية

IV- الإنفاق المالي

تمهيد:

إن رصد الإمكانيات اللازمة لإنجاز الأبحاث والدراسات لا ينبغي أن يحول هذا المجال الهام إلى فضاء تجاري قوامه الإثراء السريع والتهافت على الربح، بقدر ما يفترض استحضار المصالح العليا للمجتمع في علاقتها بالتنمية والتطور والرفاهية. وهذا الأمر يتطلب أيضا مواجهة بعض المظاهر التي تسيء للبحث العلمي من قبيل تفشي السرقات العلمية والزبونية والاحتكارية والإقصاء، ورفض العمل الجماعي داخل مختلف المؤسسات والمنتديات الرسمية والخاصة والمدنية المحسوبة على هذا الحقل.

وإذا ما استحضرنا أن قوة الدولة والمجتمع لا تنبني على العوامل الاقتصادية والسياسية والعسكرية، بقدر ما تتأسس أيضا على عناصر أخرى ترتكز إلى الرأسمال الإنساني والذي يعتبر البحث العلمي والتعليم والتربية أهم مداخلها، فإن إعطاء الاهتمام والأولوية لهذه العناصر هو مدخل لبلورة أسس ومرتكزات متينة باتجاه تحقيق تنمية حقيقية تؤكد على الإنسان باعتباره وسيلة وهدفا، وبخاصة وأن عددا من التقارير الدولية تضع عددا من دول المنطقة العربية في قائمة الدول ذات التنمية المتوسطة.

I- الإشكاليّات العلميّة

1 - تحديد المفاهيم:

الإشكالية العلميّة الرئيسية تكمن في تحديد المفاهيم . إن الباحثين في مجال علوم الاعلام والاتصال يشيرون دائماً إلى صعوبة التفريق بين إعلام وإتصال: إعلام صحفي وإعلام مهني متخصص، إتصال شخصي وإتصال إعلامي (عبر وسيط)، قنوات للإتصال والإتصال كتبادل إجتماعي، الإعلام كمضمون ووسائل الإتصال المكلفة بنشره ...[1]

إن هذه التناقضات لها ركائز او مصادر على مستوى إجتماعي منهجي ولكن التفريق بينها امر غالباً صعب جداً. انها تكرس تقابل محتوى / شكل، مضمون/ وسيلة، الذي اشارت كل الدراسات الى كونه غير مجدي مع تطور التكنولوجيا وخارج اطار الاتصال الذي يسمى جماهيريا.[2]

لقد جاءت النشأة الرسمية لعلوم الاعلام والاتصال سنة 1975 لتلبّي حاجات جامعيين منفردين في مؤسساتهم الجامعية كانوا أوائل من كلفوا بالإعداد المهني. ثم صارت الاولوية المعطاة للتكوين والمكونين أقوى بموجب استقبال جماعات عديدة من الطلاب وللاهمية المعطاة للتخصص و الاحتراف في الدراسة.

---

1 - راجع: مي العبدالله، علوم الاعلام و الاتصال و اشكاليّات التكوين المهني، دار النهضة العربية، بيروت 2010.

2 - Bernard Miège(interview)، Université et SIC، « La recherche en information et communication »، op.cit.

وبداعي الضرورة، او بالاختيا، أو بحكم الانعزال، أهمل او ترك عدد كبير من جامعيي الجيل الانتقالي (الذين بدأوا نشاطهم المهني بين وسط الثمانين ووسط التسعين) مهماتهم في البحث. هذا الوضع أضر طبعاً بعلوم الاعلام والاتصال وبتعليمها: فعلى ماذا يستند مدرّسون لا يملكون خبرة طويلة جامعية ان لم يكن على مكتسبات البحث، وكيف يتطور البحث العلمي و هو لا يستفيد إلاّ من مساهمات قسم من أعضائه؟

هذا النقص له فرص الإنخفاض في المستقبل بفضل التشجيعات والنصائح الموجهة ل"الداخلين" الجدد بأن يكرسوا أنفسهم للتدريس والبحث معاً...

ولكن، تقليداً للأدباء وغيرهم، يفضل العديد من المتخصصين في مجال الاعلام والاتصال ترسيخ انعزالهم ولا يلحظون إيجابيات العمل الجماعي الذي يخشون بيروقراطيته، ورغم بعض التقدم الملحوظ تبقى المختبرات والمجموعات البحثية ناقصة في الانتاج الاكاديمي [1].

ولم يعد الباحثون في مجال الاعلام والاتصال الوحيدين المهتمين بالظواهر الإعلامية الإتصالية، خصوصاً مع تعدد الرهانات المختلفة وظهور الخطاب السياسي عن " مجتمع الاعلام". فكيف تشكل علوم الاتصال اختلافاً إن لم يضع الباحثون أساليب للتحليل خاصة بها يمكنها ان تسهل المقاربة النظرية على مستوى الأسئلة المطروحة ؟[2]

إلاّ أن البحـوث في هـذا المجـال مهـما كانـت نتائجهـا، لا تسـتطيع وحدهـا أن تشـكل

1- Yves Jeanneret، « Les Sciences de l'information et de la communication : une discipline méconnue en charge d'enjeux cruciaux »، SFSIC، La Lettre d'Inforcom N° 60، hiver 2001- 2002، pp.30-40.

2- Jeanine Beaudichon، La communication،Processus، formes et applications، Paris، Armand Colin، 1999،p.84.

محوراً كافياً وذلك لسببين على الاقل :

1 - من جهة أنها لأجل قريب او على الاقل متوسط، وبالتالي إشكالياتها المرتبطة بالآلية أو بالتفكير الاستراتيجي، تلزم علوم الاتصال ب "علم الآنية" فالأسئلة المطروحة لا تسمح دائماً بأخذ بعد تاريخي كاف[1].

2 - من جهة ثانية هذه الأبحاث تهمل عناصر المجتمع الاخرى وخصوصاً طلبات الأفراد، لهذا يحكم على أعمال الباحثين بأنها آتية من الفكر الفلسفي او السياسي وليس من مقاربات علمية، خصوصاً فيما يتعلق بالبحوث الخاصة بتأثيرات وسائل الاعلام والاتصال.[2]

في الولايات المتحدة، في فرنسا، في كندا، وفي العالم العربي، خمسة محاور يركز عليها العديد من الاعمال الهامة في المرحلة الاخيرة: [3]

أ- تحليل الوسائل السمعية البصرية : تاريخها، انواعها، دراسة الخطابات (ارتكازاً على السيميائية البرغماتية او السوسيوسيمائية) والتلقي، العلاقة مع السياسة ، الخ ...

في البداية كان الباحثون مشغولين بالانتاج السينمائي وتأخروا للاهتمام بالتلفزيون. أما الاذاعة فتلقى اهتماماً ثانوياً ، بينما الأعمال المتعلقة بالصحافة المكتوبة لا تشمل النواحي الأهم لتطور هذه الوسيلة.

Michel Serres، La communication، Paris، Hermès I، Editions de Minuit، 1968، p.66. -2

Bernard Miège، "Quoi de nouveau dans la recherche francaise en information et communication"،- 3 op.cit.

3 - عبد الوهاب الرامي، نحو تكوين اعلامي هادف، مجلة الإذاعات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، عدد4، تونس 2003، ص.57.

ب- دراسة اتصال المؤسسات و الاتصال في العمل: رغم مواجهات دائمة بين الباحثين، وتراكم اعمال كثيرة مشتركة ، لم ينتج عن ذلك معرفة كاملة ومدعومة بالحجج لظاهرة لها خصائصها المرتبطة بخصائص المجتمعات.

ج- معرفة الاستخدامات المختلفة لتكنولوجيا الاعلام والاتصال وبصورة عامة لسياقات الابتكار التقني: هذا المحور قد وجه خلال اكثر من خمسة عشرة سنة العديد من الأعمال المبتكرة، المرتبطة غالباً بطلبات الصناعات المعنيّة.[1]

د- مقاربة الاتصال السياسي، والاتصال العام، والاتصال الثقافي، والاتصال العلمي، والتفاعلات بين إتصال وإعداد او بين إتصال وصحة: الأمر يتعلق هنا بتصور العلاقات التي تقام في هذه الحقول غير التجارية وتقنيات ادارة الشؤون الاجتماعية التي هي تقنيات الاعلام والاتصال الحديثة.بعبارة اخرى يهتم هذا المحور بانتشار وسائل الاتصال في حقول التواصل العامة.

ه- دراسة خصائص الصناعات الثقافية: وخضوعها المتزايد لمتطلبات الجماعات الاتصالية والشروط الجديدة لتقديمها عن طريق الشبكات التقنية.

وانطلاقاً من هذا التذكير السريع لمحاور البحث في حقل الاعلام والاتصال، يقترح العلماء محاور جديدة تسد الفراغ الذي رأيناه في عرضنا للمشاكل الناتجة عن الرهانات الاجتماعية، مثل:

- تحليل الاستراتيجيات والمناهج وخطابات الاعلام المهني المتخصص : فهذا الاعلام وهو في تطور سريع يبقى مهملاً من قبل الباحثين، مع انه مجال مثالي للبحث الالكتروني.

- الاعمال التاريخية: بالطبع يجب ان يقال ان دراسات نوعية هي متوفرة ، لكن

1 - راجع: مي العبدالله، علوم الإعلام والاتصال، مرجع سابق.

البعد التاريخي هو لفهم الاتصال الحديث الذي تطور كثيراً ابتداء من منتصف القرن العشرين. من الضروري ان لا تختصر الاعمال على مقاربة لقطاع واحد، او وسيلة واحدة لها علاقة فقط بالتاريخ السياسي.

- الاتصال التفاعلي المتعدد الوسائط: ان تشارك علوم الاعلام والاتصال بدراسة استخدامات الاجهزة المتعددة الوسائط، وبدراسة الاشكال الجديدة للخطاب.

- "مجتمع الاعلام": تسمية تمنح في اغلب الاحيان بدون ركائز نظرية صلبة أو مدروسة. فعلينا ان نعترف ان البحث في مجال الاتصال لا يمكنه ان يترك لباقي العلوم الانسانية والاجتماعية أن تطور مقاربة آلية او استعارية للاتصال. بعبارة اخرى ان استخدامات الوسائل في النشاطات الاقتصادية والاتصالات الاجتماعية، يجب ان تعطي مجالاً لدراسات تحليلية معمقة.

- السياسات العامة للاتصال: وخصوصاً انماط العمل الناظم الذي يجب ان تخضع له وسائل الاتصال وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، في اطار مهمات خدمة عامة مناسبة للشروط القائمة. هذا التنوع في الطرح ملح لا سيما بعد أن تركه المقررون السياسيون بينما يكتفي القضائيون بمقاربة عملية. وهذه السياسات تشكل حقلا هاما للدرس بسبب تعقيد التطورات المتوقعة .

- أخيراً تحليل قطاع الاتصال :والمكانة التي يحتلها في التدفق الاقتصادي المعلوماتي العالميين، فعلوم الاعلام والاتصال تحلل نتائج العولمة في ظل اساليب الانتاج المسيطرة: كيف يخضع الانتاج الثقافي والمعلوماتي لأساليب ادارية تتسبب بانقلابات من مستوى رمزي، وكيف نفسر تعددية الدول في التبادلات الاجتماعية والمهنية التي تسهلها الشبكات، وهل يمكن أن نقبل بوجود هوة اجتماعية وثقافية،

بين الممارسات الاتصالية المتقدمة في الدول المتطورة و الممارسات المتواضعة في الدول الخاضعة الخ ..[1]

Thierry Lancien (sous le direction de)، « Recherche et Communication »، Numéro 14 de la revue MEI،-1 L'Harmattan، Paris 2002.

II- المعوّقات العمليّة

أصبح منهج البحث العلمي، والتمرس على تقنياته، علماً قائماً بذاته وقد كتبت حوله العشرات من الكتب والرسائل والأبحاث، وأغلب الباحثين يظنون أن هذا العلم جاءنا من الغرب، والواقع أن أجدادنا العرب قد سبقوا الغرب إلى انتهاج طرق علمية في البحث ولا سيما في فترة الازدهار العلمي والفكري. وقد أصبح الهدف من تدريس هذه المادة لطلاب المراحل الجامعية، والدراسات العليا، هو إعداد الطلاب إعداداً تربوياً علمياً يؤهلهم لكي يصبحوا أساتذة وباحثين منهجيين، وتوجيههم التوجيه الصحيح ليتفرغوا للبحوث والدراسات العلمية الأكاديمية. فالهدف الأساسي للتعليم الجامعي ليس هو تخريج المدرسين أوالمهنيين وحسب، وإنما هو تخريج باحثين أكاديميين يمتلكون الوسائل العلمية لإثراء المعرفة الإنسانية، بما يقدمونه من مشاركات جادة في مجالات تخصصهم، ويتحلون بالأخلاق السامية التي هي عدة الباحث في هذا الميدان مثل: الصبر، والمثابرة، والأمانة، والصدق، والإخلاص لطلب العلم وحده.

ومنهج البجث العلمي هو واحد من أوجه النشاطات المعقدة المحيّرة، التي تظل عادة غير واضحة المعالم تماماً في أذهان من يمارسونها، ولعل هذا هو سبب اعتقاد أغلب العلماء أنه ليس بالإمكان إعطاء أية دراسات منهجية في كيفية إجراء البحث، أو أن التدرب على البحث ينبغي أن يكون ذاتياً إلى حد بعيد. ويفضل الاسترشاد بعالم أو باحث متمرس عند معالجة المراحل الفعلية في البحث، ولا بد من أن نستمد بعض العبر والقواعد العامة من تجارب الآخرين.

ولا شك أن أي تدريب على البحث العلمي يتضمن أكثر من مجرد معرفة لطريقة

العمل، بل يحتاج الباحث إلى مران ليتعلم كيف يضع القواعد موضع التنفيذ، و يكتسب المهارات المطلوبة، حتى يصبح استخدامها عنده عادة.

من الصعب دراسة كل الاشكاليات العمليّة لعلوم الاعلام والاتصال، بسبب تعقيد وتعددية البعد في هذا الحقل. فالتطورات متعددة والمشاكل كثيرة وحقيقية ويجب ان تجعلنا منطلقين نظرياً ومنهجياً نحو الدراسات النقدية. [1] ولا بأس من التذكير هنا بأن مفهوم "الإعلام" يحمل في بنيته المعرفية مستويات عدة من التحليل:

أ- الإعلام كفلسفة، وهنا نجد أن كل الحضارات القديمة و الحديثة قد تضمنت فلسفة إعلامية.

ب- الإعلام كحرفة وممارسة، وهنا نشير إلى تغطية نشاطات المجتمع باستخدام وسيلة الصحيفة أو الإذاعة أو التلفزيون أو الإعلام الآلي والوسائل التكنولوجية الحديثة الأخرى.

ج- الإعلام كعلم وتخصص، وهذا يفترض السعي إلى سن ضوابط و قواعد تحمل بعض الثبات النسبي في تفسير و تحليل الأداء الإعلامي في هذا المجتمع أو ذاك، انطلاقا من الإعلام كفلسفة، في اتجاه الإعلام كممارسة، في صيرورة دينامية متجددة.

يحتاج البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي إلى استراتيجية علمية واضحة المعالم، وقابلة للتطبيق وقبل ذلك إدارة سياسية داعمة، تؤمن بأهمية البحث العلمي في تقدم وتطور الدول والمجتمعات، كما يحتاج إلى إدارات جامعية مؤهلة أكاديمياً وقيادياً و يقوم به علماء مبدعون في ميادينهم، مدركون أوضاع أوطانهم وحاجاتها، قادرون على تقصي كل ما هو حديث وطرح الأسئلة، وتلقي الأجوبة.

---

1 -عبد الوهاب الرامي، نحو تكوين اعلامي هادف، مصدر سابق، ص.58.

والبحث العلمي باختصار هو الطريق إلى مواكبة العصر في جميع الميادين تتولاه مراكز ومجالس للبحوث العلمية الاقتصادية والصناعية والزراعية والصحية والسياسية والاجتماعية وتكون الجامعة هي النبع الذي يرفد جميع هذه المراكز والمجالس.

ومما لاشك فيه أن من أهم مقومات البحث العلمي والتطوير توفّر حرية أكاديمية مسؤولة عن مقاربة مشكلات المجتمع، كما يحتاج البحث العلمي الرصين للدعم المادي والمعنوي الكافي،

وكذلك المتطلبات الضرورية من التقنيات الحديثة، والمختبرات والمراكز العلمية الملائمة، والخدمات الإدارية المساندة، فبهذه الشروط تمكنت البحوث العلمية في جامعات الغرب من إدخال تغييرات جذرية على برامجها التعليمية، ونظمها الإدارية والاقتصادية والاجتماعية.

والناظر لوضع البحث العلمي في العالم العربي يلاحظ أن هناك الكثير من العقبات والصعوبات التي تعترض البحث العلمي وتحد من أدائه لدوره المتوقع منه، مما أدى إلى تأخر عملية التنمية والتطور في هذا الجزء من العالم.

وتتلخّص أهم هذه المعوّقات في النقاط التالية: [1]

التقليل من قيمة البحث العلمي:

لا تزال بعض الدول العربية أو بعض الإدارات فيها لا تعي قيمة البحث العلمي، وبالتالي لا تعمل جاهدة على تمكين البحث العلمي وتيسير أموره، فهي ترى أنه ترف فكري أوعلمي وليس هناك داعي لإضاعة المال والوقت عليه. وهذه الإشكالية تنعكس على نقاط أخرى كثيرة في إجراءات البحث العلمي.

1 - عاصم محمد حسين، الوجيز في مناهج البحث، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة 1995.

نقص التمويل:

حتى في الأحوال التي نجد فيها إهتماما للبحث العلمي، نجد أن هناك نقص في تمويل البحوث العلمية، وعدم تخصيص الميزانيات الكافية لإجراء البحوث بالطرق المناسبة. وكنسبة عامة فإن ما يخصص للبحوث لا يتجاوز في العادة أكثر من 2% من ميزانية المؤسسة. هذا الوضع دفع ببعض الباحثين إلى تمويل البحوث من جهات غير أكاديمية، مما يكون له إنعكاس سلبي على جودة البحوث ومصداقيتها.

الفساد الإداري:

يلاحظ تفشي ظاهرة الفساد الإداري في كثير من القطاعات الرسمية التي لديها ميزانيات للبحوث، حيث يضطر الباحث إلى إشراك بعض منتسبي تلك القطاعات إلى فريق البحث رغم عدم حاجته إليهم وذلك لضمان أن يحصل على تمويل البحث. وقد يأخذ الفساد أشكالا أخرى تتمثل في اقتطاع جزء من ميزانية البحث لرشوة بعض المسئولين. ومن ألوان الفساد الشائع قيام بعض الجهات الحكومية ومؤسسات التمويل بالطلب من الباحثين تقديم مقترحات بحثية. يقوم الباحث بعد ذلك بتقديم تصور أو مقترح للبحث ويعد له ميزانية متقنة، إلا أنه وبعد طول انتظار يفاجأ الباحث بأن أفكاره قد تم إعطاؤها لمجموعة بحثية أخرى للإفادة منها، ويعد ذلك نوع من الفساد المتمثل بالمحسوبية وعدم النزاهة العلمية.

سرية الأرقام:

إحاطة الأرقام والإحصاءات الرسمية بسرية غير مبررة، وعدم تزويد الباحث بها بداعي أنها معلومات أمنية، في الوقت الذي يمكن الحصول على تلك المعلومات من جهات أجنبية كالبنك الدولي ومنظمات دولية أخرى.

صعوبة الحصول على معلومات:

تعذر الوصول إلى بعض أوعية المعلومات خاصة في الإدارات الحكومية التي تضع عراقيل أمام الباحثين أو في الدول التي تمارس حجب بعض مواقع الإنترنت.

الصعوبات الميدانية:

وجود صعوبات ميدانية تواجه عملية جمع البيانات، وعدم تسهيل مهمة الباحث والريبة فيه وبأهدافه، وإفتراض أن لديه أجندة خفية. فحارس المعلومات Gate Keeper قد يعيق دخول الباحث إلى بعض الأماكن التي يتطلبها البحث كالسجون والإصلاحيات أو المستشفيات.

نقص المصادر العلمية:

يعاني بعض الباحثين من نقص المصادر العلمية كالكتب والمراجع والمقالات العلمية، وعدم قدرة البعض على الإفادة من أوعية المعلومات المتاحة خاصة الأوعية الإلكترونية، إما لعدم إلمامهم بطرق الإفادة من التقنية الإلكترونية، أو لعدم توفرها أصلاً.

عدم جدية الأبحاث:

عدم ملامسة البحوث للقضايا الجدية خوفا على سلامته، الأمر الذي يتطلب سن قوانين وأنظمة لحماية الباحثين من تعسف السلطات الأمنية.

هدف البحث:

معظم البحوث التي يقوم بها أساتذة الجامعات تتم بهدف الترقية العلمية دون أن تكون بالضرورة بحوث جادة، كما أنها لا تلامس الواقع المعيشي والحاجة العلمية الحقيقية.

عدم تساوي فرص الجنسين:

معظم الباحثات لا يحصلن على فرص متساوية لما يحصل عليه الرجال من حيث الوصول إلى مصادر التمويل أو المشاركة في المؤتمرات العلمية التي تتطلب إعداد بحوث أو أوراق عمل، بل قد لا يوجه إليهن دعوات للمشاركة من قبل الجهات المنظمة لتلك المؤتمرات.

أبحاث للرفوف:

معظم البحوث وخصوصاً الأكاديمية لا يتم الإستفادة منها بالشكل المطلوب، ويتم وضعها على الرفوف، ما يعني أن الجهد الذي بذل في البحث والدراسة يذهب هباءً.

إحباطات الباحث:

عدم جدية بعض الباحثين، إما لخلل في شخصيّتهم العلميّة، أو للاحباطات التي يواجهونا، وبالتالي لا يتم الاهتمام بشكل كبير في إجراء البحث وتطبيقه، أوقد يتم إسناده لباحثين سريّين مما قد يخل بالبحث وقيمته العلمية.

ونتيجة لهذه المعوّقات، تفتقرالدول العربية لمراكز بحوث الرأى العام، و لا تتم الموافقة على إنشاء مثل هذه المراكزالمتخصصة بسهولة ويسر، كما هو الحال فى الدول المتقدمة التى تشجع إنشاءها، ويسترشد صناع القرار بنتائج وتوصيات بحوثها. كما لا يوجد تعاون كاف بين الأكاديميين والممارسين، وتغيب لغة التفاهم المشترك بين الجانبين، إذ نادراً ما تنفق إحدى الوزارات أو المؤسسات أو الشركات على بحوث تطبيقية، أو تستعين أو تسترشد بنتائجها وتوصياتها.

ويتجه بعض الباحثين فى مجالات الاتصال، إلى استخدام الاساليب النمطية في معالجة بعض المشكلات البحثية والتصدى لها كما هى، دون التعمق فى تحليلها

والوصول إلى جذورها، وقصر المعالجة على الجوانب السطحية، مما يؤدى إلى الوصول لنتائج لا يعتد بها،

أضف الى ذلك عدم استغلال طاقات الشباب ممن لديهم أفكار مستحدثة، فى معالجة مشكلات بحثية حديثة، والخشية من اقتحام المشاكل الواقعية بفكر بحثي حر قوي جزئي، لتشخيص الأسباب الحقيقية لهذه المشاكل، وتحديد العلاج المناسب لها.

ويعتقد بعض المسؤلين وصناع القرار فى الوطن العربى بأن البحوث في المجالات الاجتماعية والاعلامية تأتي في مرتبة متدنية، ولاتحتل تلك الأهمية والمكانة التي تحتلها البحوث في مجال العلوم الطبيعية، رغم أن التقدم في المجالات الاجتماعية والاعلامية والثقافية والانسانية والحضارية، لا يقل أهمية عن التقدم المادي، خاصة في المجتمع العربي صاحب الحضارة العريقة التي تمتد جذورها الي آلاف السنين.

3 - الإشكاليّات المنهجية:

أمّا الإشكاليّات المهجيّة لبحوث الاعلام و الاتصال في العالم العربي، فقد أتينا للحيث عنها مطوّلا في فصول هذا الكتاب. ونوجزها هنا ببعض النقاط :

قصور مجال الإعلام والاتصال الجماهيرى في بلورة نظريات خاصة به حتى نهاية القرن العشرين مع تشابك علوم متعددة في نطاقه ، مما يجعله يعتمد على التطورات النظرية في هذه العلوم .

صعوبة قياس تأثير الإعلام في الظاهرة التي يقوم الباحث في قضايا الاعلام و الاتصال بدراسته، نظرا لتداخل عدة عوامل ومتغيرات في إحداث هذه الظاهرة وفي التأثير في فاعلية الإتصال.

لما كان الإتصال يستهدف إحداث آثار تراكمية طويلة المدى، فإن القياس الفوري

أو العاجل لآثاره يواجه صعوبات شديدة ويعطي بيانات خاطئة ومضللة، لذا فإن على الباحث أن ينتظر فترة طويلة حتى يمكنه قياس النتائج المترتبة علي البرامج الإعلامية، فضلا عن تيقظه ومتابعته المستمرة لها.

صعوبة إجراء بعض التجارب سواء العملية أو البيئية في مجال علوم الإعلام والاتصال، بعكس الحال في العلوم الطبيعية، نظرا لتعدد المتغيرات المؤثرة في الظاهرة الإعلامية موضع الدراسة، والصعوبات التي تصل إلي حد الإستحالة في بعض الحالات في ضبط هذه المتغيرات والتحكم في أكبر عدد منها .

عدم استخدام المناهج المختلفه في دراسة الظواهر والمشاكل التعلّقة بالاتصال، والاقتصار على استخدام منهج واحد، مما يؤدى إلي احتمال عدم إمكانية التوصل إلى المعلومات الصحيحة، وصعوبة التثبت من صحتها وصدقها ودلالتها .

عدم توفر مقاييس دقيقة يمكن استخدامها في بحوث الاعلام بصفة خاصة، والبحوث الاجتماعية بصفة عامة .

الأخطاء التي يحتمل أن تنتج، إما من تحيز الباحثين أو التفسير الخاطئ للمعلومات والبيانات والنتائج .

أهمية دراسة الفرد باعتباره المستهلك النهائى للمواد الإعلامية، وهو مزيد من الصعوبة للدراسة الإعلامية، نظرا لدرجة التباين الشديد بين الأفراد والمجموعات، وبالتالى التباين الشديد فى احتياجاتهم وآرائهم واتجاهاتهم، ودرجات التأثير الاعلامى التى تحققت لديهم، مما يستلزم قدرا أكبر من الدقة والحذر فى اختيار العينات الممثلة لكافة فئات المجتمع تمثيلا صحيحا ومتكافئا. هذا إلى جانب التغيرات السريعة المتتابعة التى تحدث بالنسبة للفرد والجماعة الصغيرة مما يزيد من الصعوبات المنهجية فى عمليات القياس والاستدلال.

النقص الواضح فى العديد من البيانات والإحصائيات وعدم كفايتها.

الحاجة إلى أجراء معظم نوعيات بحوث الإعلام بطريقة مستمرة وإعادة تطبيقها

كل فترة زمنية، نظراً لعدم ثبات نتائج هذه البحوث لفترة طويلة وتأثرها بالمتغيرات العديدة التى تحدث فى المجتمع أو فى وسائل الإعلام والاتصال وأنماطه وأساليبه، وهو ما يقتضى ضرورة ملاحقتها وتسجيلها باستمرار.

وتعترض الباحث صعوب اتعديدة في التطبيق العملى تتصل يالمتلقّي نفسه، تبدأ باختيار العيّنة البحثية، حيث تعتمد البحوث الميدانية اعتمادا كبيراً على أسلوب العينات نظرا لاتساع رقعة المساحة التى يشغلها الجمهور مع تقدم تكنولوجيا الاتصال. ويحتاج اختيار العينة إلى إطار يتضمن كل مفردات مجتمع الدراسة، وهو ما لا يتوفر فى بعض المجتمعات التى لا تجري إحصائيات سكانية دورية تسمح بتوفير إطار يزود الباحثين ببيانات دقيقة عن خصائص أفراد المجتمع.

من أهم هذه الصعوبات نقص الوعى لدى المتلقى، حيث يواجه الباحث صعوبات جمة فى الحصول على البيانات المطلوبة من المبحوثين فى القطاعات الريفية والشعبية واليدوية.

ويؤثر اتجاه المتلقي ومدى تعاونه مع الباحث على سلامة النتائج التى يتم الوصول إليها. كما يجد الباحثون المهتمون بقضايا الرأي العام صعوبات جمة فى الحصول على إجابات صادقة وثابتة فى قياسات الرأي العام، التى تفترض الإلمام بهذه القضايا والاهتمام بها اهتماما تفرضه المواطنة، كما يتطلب قدرا من التفكير والقدرة على تحليل الذات. وترتبط هذه المتطلبات ارتباطا طرديا بالتعليم الجاد والواعي وهما مما تفتقر إليها نسب ملحوظة من القطاعات المبحوثة في المناطق الشعبية والريفية والبدوية. لذلك فإن بحوث التأثير الاجتماعى هى أصعب أنواع بحوث الإعلام والاتصال. فالمتلقى يعيش فى بيئة اجتماعية يخضع فيها لمؤثرات من داخلها وخارجها، ومن ثم تتعدد العناصر أو المتغيرات التى تؤخذ فى الاعتبار عند دراسة الأثر ويصعب عزلها، وحتى لو أمكن عزلها ودراستها، تبقى مهمة جمعها

معا لتتفاعل، ودراسة آثار الاتصال بينها فى موقف حقيقى وطبيعى وليس تجريبيا معمليا مصطنعا.

من جهة أخرى، أكثرللمفاهيم التى تتعامل معها بحوث الإعلام لم تدخل بعد عصر القياس ولا تزال فى طورالوصف الكيفى. كما لا تستخدم دائماً نفس المصطلحات للتعبير عن نفس المدركات والافكار بما يعرف بتوحيد المفاهيم، وقد كان ذلك، كما يؤكد الخبراء، من أهم أسباب صعوبة المقارنة بين نتائج البحوث.[1]

كما أن عزلة الباحث العربى عن الحركة البحثية المتطورة فى المجتمعات الأخرى، كنتيجة للنقص فى تبادل البحوث على المستوى العالمى بل حتى على المستوى العربى، وضعف حركة الترجمة إلى العربية، والنقص فى إعداد الباحث فى مجالات الاعلام و الاتصال، وعدم الاهتمام بتدريبه التدريب الكافى، كلّها عوامل سلبيّة للحركة البحثية في علوم الاعلام والاتصال، والمؤسسات التعليمية والاعلامية، والمجتمع بصفة عامة.

4 - العوامل السياسيّة المؤثرة في قيم الإتصال:

من الإشكاليات التي تعترض الباحث في علوم الاعلام والاتصال في العالم العربي، تلك العوامل التي تؤثّر في قيم الإتصال وتعقّد أيّة مقاربة لأيّة قضيّة من قضايا الاعلام و الاتصال في العالم العربي. وفي دراسة العوامل المؤثرة في القيم، نجدها تختلف من عوامل سياسية وفكرية واقتصادية واجتماعية وأيضا أخلاقية.[2]

1 -عبدالرحمن بن عبدالله الواصل، البحث العلميُّ وأصول كتابته، إدارة الإشراف التربويِّ والتدريب، وزارة المعارف ، المملكة العربيَّـة السعوديَّـة 1999. متوفر على موقع:

http://www.ibtesama.com/vb/showthread-t_.html

2 - محمد عوض العايدي، إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية مع دراسة عن مناهج البحث، شمس المعارف للنشر، القاهرة 1997.

العلاقة الموجودة بين السلطة السياسية و وسائل الإعلام والاتصال موجودة في كل دول العالم وتطرح على أنها إشكالية تتمثل في تحكم السلطة السياسية في وسائل الإعلام ، وهذا التحكم يرجع إلى الطبيعة البنيوية للمؤسسة السلطوية المتمثلة في الدولة أو الحكومة والتي تقوم على أساس ممارسة السلطة الحكم ، في حين أن المؤسسة الإعلامية تقوم على الإسهام في تشكيل وعي الأفراد ولها دور فعال في تشكيل الرأي العام، وبالتالي لا بد أن تقوم السلطة السياسية في محاولة للهيمنة عليها للسيطرة على إنتاج الأفكار والمعلومات لتكييفها حسب رأي السلطة ، فتصبح القيم الإخبارية والثقافيّة عامّة لوسيلة الاعلام و الاتصال تتماثل وتتماشى تماما مع رأي السلطة السياسية فيما ينشر وما لا ينشر .

والاهتمام بالسيطرة على وسائل الإعلام والاتصال من طرف السلطة يرجع إلى أن الدولة لها أفكارها الخاصة بها ترغب بإيصالها إلى الناس، ليلتفوا حولها و لتستمر وتقوى، وهذه هي طبيعة السلطة ، "الحكام الجدد هم نفسهم الحكام القدامى، لكن بوجود تقنيات سيطرة جديدة ، هناك إمبريالية غير مباشرة، ناعمة أحيانا وخشنة أحيانا، تستخدم التكنولوجيا والشركات العابرة للقوميات والإعلام والمعلومات والشعارات المعولمة." [(1)]

وتجدر الإشارة إلى أن اختلاف الأنظمة الفكرية والاجتماعية و الاقتصادية له دور كبير في تحديد العلاقة بين السلطة السياسية و وسائل الإعلام والاتصال. ويلاحظ أن هناك تباينا في حدة العلاقة بين السلطة السياسية ووسائل الإعلام في الغرب ودول العالم الثالث. أي أن السيطرة موجودة دائما في كل الدول، ولكن تتحكم السلطة بوسائل الإعلام والاتصال بميكانيزمات تختلف من دولة إلى أخرى تتمثل في : الميكانيزم التشريعي، الميكانيزم المالي، ميكانيزم الرقابة .

---

1 - محمد منير مرسي، البحث التربوي وكيف نفهمه، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة 1994.

أ-عن طريق التشريع: حيث تسن السلطة مجموعة من القوانين يجب على الرسالة الإعلامية والاتصالية التقيد بها. إذا نظرنا مثلا إلى التشريع الأمريكي، فإلى جانب المبادئ المستندة على الدستو، لا يوجد هناك ما يُذكر من القوانين أو الأنظمة التي تتعلّق بممارسة العمل الصحافي. فالحكومة الأميركية لا تمنح تراخيص لممارسة العمل الصحفي، ولا تتحكّم بمستلزماته من ورق الصحف وحبر الطباعة. لكن من جهة أخرى، يخضع الصحافيون إلى نفس القوانين المطبقة عموماً على بقية المواطنين.

ب-عن طريق التمويل: أو سلطة المال ، حيث أن تمويل وسائل الإعلام والاتصال يعود إلى المصلحة الذاتية للممول مهما كانت : السلطة السياسية أو الجماعات المالية أو جماعات الضغط. وسلطة المال لها فاعلية كبيرة حيث أن السيطرة المالية تجعل من وسائل الإعلام والاتصال في موضع التأييد للممول دائما وتضع قيم الممول في موضع قيمها.

ج- عن طريق الرقابة: لإحكام القبضة على مضمون وسائل الإعلام والاتصال، تفرض الأنظمة السياسية رقابة معينة لا تتعارض مع إيديولوجيتها. ففي الغرب تهتم الرقابة بما يريده الجمهور، بينما في دول العالم الثالث تركّز على ما يحتاج إليه الجمهور، ولا شك في أن ممارسة هذه الرقابة تؤدي إلى إنعدام المراقبة الذاتية، وطبعا إلى توجيه القيم الإخبارية للمؤسسة الإعلامية بمراقبة ما ينشر وما لا ينشر.

وفي دول العالم الثالث والوطن العربي عموما هناك من الرقابة المفروضة على الأداء الإعلامي والاتصالي ما يحد من حرية الإعلام والاتصال، ويجعل القيم الإخبارية خاضعة للدولة، مع تفاوت تلك الرقابة المفروضة من نظام لآخر:

X رقابة مسبقة على مضمون الرسالة الإعلامية المحلية .

- X رقابة قضائية على القرار الإداري بإلغاء الصحيفة أو تعطيلها .
- X رقابة على مضمون الرسالة الإعلامية الواردة من الخارج .
- X رقابة على بيع وتداول المطبوعات .[1]

1 - مساعد بن عبدالله النوح، مبادئ البحث التربوي، الطبعة الأولي، كلية المعلمين، الرياض 2004.

III- المكتبة البحثيّة

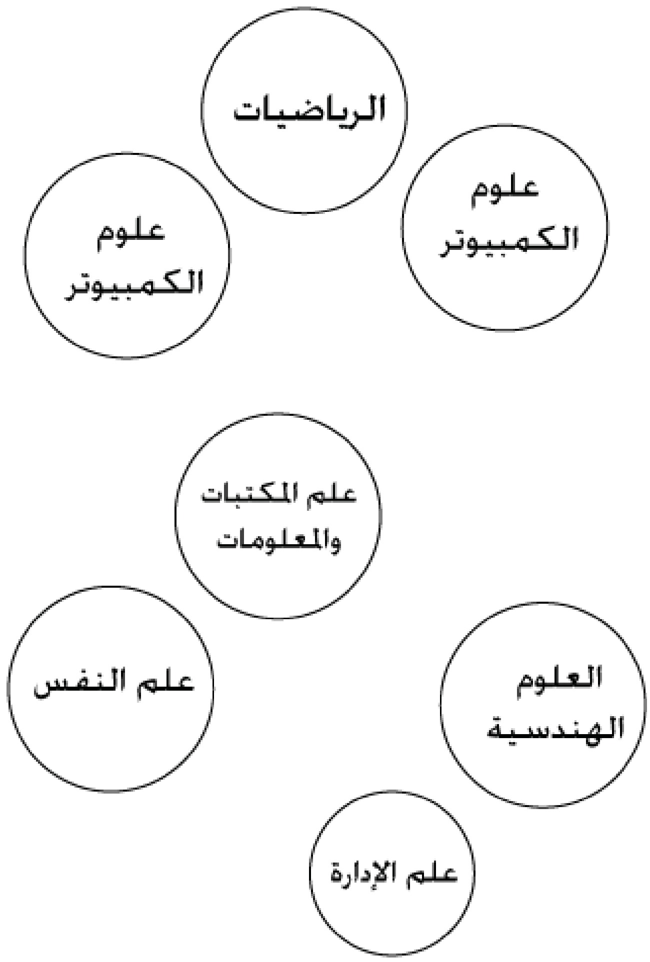
عندما تزايدت آثار التطوّر التكنلوجي على حياتنا، ازداد دور المعرفة و المعلومات أهميّة، و ظهرت علوم جديدة استقلّت في حد ذاتها كعلم المكتبات او "علم ادارة المعلومات". ويدخل "علم إدارة المعلومات" في صلب علوم الاعلام و الاتصال، ويكاد يتفق الباحثون في المجال على أن مجال المكتبات والمعلومات من المجالات متعددة الارتباطات، بمعنى أن له علاقة نشوء و ارتباط، وعلاقة تشابك مع عدد من المجالات والمواضيع الأخرى. ولعل السبب في ذلك أن المجال يهتم بظاهرة المعلومات، وهي ظاهرة يشاركه الاهتمام بها عدد من المجالات الأخرى من مجالات الاتصال البشري.

و الإشكاليّة تكمن في أن علم إدارة المعلومات ما يزال مثاراً للجدل والمناقشة، لأنه حديث العهد أو أن الجانب الأكاديمي للتخصص قد تأخر ظهوره كثيراً، أو أن هذا العلم دخل إلى الحرم الجامعي متأخراً عن غيره من التخصصات عشرات السنين، هذا فضلاً عن أن النواة الارتكازية للتخصص، وهي المكتبات، قد "ارتبطت في أذهان الكثيرين عند أصحاب التخصصات الأخرى، ولا سيما في البلاد النامية، بأوضاع رجعية معزولة وممارسات جامدة متقوقعة، تحجزه في نظرهم بعيداً عن حلبة التخصصات الأكاديمية في أوضاعها المتطورة". إن الاشتباك في الموضوع بالنسبة للتخصصات الأخرى غالباً ما يكون ثنائياً أو ثلاثياً أو رباعياً، أما بالنسبة لتخصص المكتبات والمعلومات فإنه اشتباك كلي مع جميع

التخصصات الأخرى.(1)

وعموماً فإن تخصّص المكتبات والمعلومات يتصل بشكل أو بآخر بمجالات مثل: الإدارة والحاسبات الالكترونية والرياضيات والهندسة والتربية وعلم النفس واللغويات والاتصالات.

ويوضح الرسم التالي(2) أحد التصورات لارتباط تخصص المكتبات والمعلومات بالمجالات الأخرى، مع تعديلات طفيفة (أنظر شكل 1).



Otten، Klaous,Towards a metascience of information: informatology/Klaus in Otten، Anthony Debons,-1 Journal of American Society for Information Science, Jan, Feb 1970, p. 93.

2 -هذه المفكرة مستوحاة من مفكرة شركة أربترون لقياس حجم الجمهور.

ويلاحظ، كما يتضح من الرسم في شكل 1، أن هذه المجالات لا تتصل بعلم المكتبات والمعلومات، كل منها على حدة، وإنما هي متصلة ببعضها البعض في شبكة معقدة من الاتصالات.

في الواقع، تاريخيا، تطور الإعلام من سيادة الرسالة كما حال الحضارات السابقة إلي طغيان الوسيلة في المجتمع التكنولوجي، وهو ما أثر بدوره على طبيعة علوم الاعلام و الاتصال. و الحاصل أن علم ادارة المعلومات، حديث النشأة إذ دخل المحيط الجامعي في حدود 1873 عندما بدأت جامعة كانساس بأمريكا تعطي دروسا في الطباعة. وبدأ الإعلام كتخصص أكاديمي بارز بعد الحرب العالمية الأولى بأمريكا. وقد ظهر في فترة ما بين الحربين نخبة من الرواد الإعلاميين الذين أرسوا بأبحاثهم المتميزة أسس التخصص، ونذكر من هؤلاء لاسويل، لازرسفيلد، لوين، و هوفلند. وبدأ التكوين الإعلامي في أوروبا بعد الحرب العالمية الثانية متأثرا بنموذج لاسويل، كما سبق و ذكرنا، ثم ظهر هذا التخصص في بعض البلدان النامية ابتداء من الستينيات و السبعينيات من هذا القرن متأثرا بهذا النموذج أو ذاك.

لذلك فإن المكتبة البحثية الاعلامية فقيرة في الدول النامية و العالم بالأخص. فمن الملفت أن معظم المصادر الإعلامية باللغة العربية مصرية، وتتميز بأنها عامة ذات طبيعة مدرسية وصفية. ويعني ذلك أن هذه المراجع توفر المادة المعرفية الأكاديمية الأولية الخاصة بالتكوين الإعلامي على النحو الذي نجده في النظام النصي textbook الأنجلوساكسوني، وعلى هذا الأساس، فهي أساسية للطالب المتخصص وخاصة الطالب الذي لا يمتلك لغة أجنبية ثانية. و تحتوي بعض المكتبات العامة و الخاصة على العديد من هذه المصادر، كما يوجد البعض الآخر

منها عند الأساتذة الذين تخرجوا من كليات الإعلام. [1]

لكن المكتبة الإعلامية العربية تشكو من ندرة الأبحاث التي تسعى إلي تأسيس تصورات فكرية ومفاهيمية (متميزة ومستقلة نوعا ما) عن طبيعة الظاهرة الإعلامية الاتصالية في المجتمع العربي المعاصر. كما تشكو من قلة الدراسات الميدانية المنشورة رغم العدد الكبير للرسائل الجامعية.

و تندر في المكتبة الإعلامية العربية تلك المؤلفات التي تعالج إشكاليات الاتصال الحديث، والممولة من شركات أو مراكز بحث كما هو معمول به في البلدان الغربية، وهذا ما يجعل الكتاب الإعلامي العربي يرتبط أساسا بالجهد الفردي الذي يبذله الأستاذ، الذي يبقى محدودا في وقته و إمكانياته المادية بالإضافة إلى ثقل ظروفه الاجتماعية.

وتتميز المصادر الأجنبيّة في علوم الإعلام و الاتصال بكثافتها وتنوعها، بحيث أنه يصعب علينا إيجاد مجال للإتصال جزئي لم يكن محل دراسة معمقة ومدققة. و الحاصل أن العديد من الكتابات الإعلامية باللغات الأخرى هي ارتداد لما تحمله الدراسات الإعلامية الأمريكية و الفرنسية خاصة، فأسماء الباحثين الإعلاميين الأمريكيين و الفرنسيين متداولة بكثرة في مختلف مدارس التكوين الإعلامي في العالم. و تتميز المصادر الإعلامية باللغة الإنجليزية بأنها ذات طبيعة أمبريقية وإن كان العديد من المدارس الفكرية الاتصالية (كالمدرسة النقدية) الأوروبية قد نمت و تطورت بدورها في أمريكا. وقد كان المشرق العربي أسبق الى الاحتكاك بالمدرسة الأنجلوساكسونية، وهو ما أثر إيجابا على طبيعة الكتابات العربية في المجال[2].

وما يؤسف له أن الترجمة من المصادر الأجنبيّة إلى اللغة العربية محدودة جدا.

---

1 - لمزيد من التفصيل عن تاريخ التخصص، انظر عبد الرحمن عزي، " التكوين الإعلامي: التلاقي والتلاغي بين الرسالة والوسيلة،" المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 4 ، الجزائر 1990.

2 - المرجع نفسه.

IV- الانفاق البحثي والتنمية الاجتماعية

1 - أهميّة الانفاق البحثي للتنمية:

في شهر تمّوز 2009، أصدر مجلس الشيوخ الفرنسي تقريرا إستشرافيا مهما (بإشراف من السيناتور جويل بوردان) تحت عنوان "التبعات الاقتصادية للزيادة في مصاريف البحث بأوروبا"، والآثار المحتملة للزيادة إياها فيما يتعلق بمستقبل التنمية بالاتحاد الأوروبي في أفق السنة 2010. قد يكون للتقرير بعض من القيمة في حد ذاته شأنه في ذلك شأن مئات التقارير التي تصدر عن هذا المجلس وعن غيره، لكن قيمته العملية القصوى إنما تتأتى من إسناد المستوى المؤسساتي (السياسي تحديدا) له من خلال المجلس الأوروبي الذي راهن في دورتي مارس 2000 بلشبونة ومارس 2002 ببرسلونة، على تحويل الاتحاد الأوروبي إلى "اقتصاد المعرفة الأكثر حيوية والأكثر تنافسية في العالم".[1]

في الأوراق الخلفية لدورة برشلونة نقرأ التالي:"إذا أردنا تقليص الفارق بين الاتحاد الأوروبي ومنافسيه الأساسيين، فإن الجهد الشامل في ميدان البحث والتطوير والإبداع بالاتحاد الأوروبي إنما يجب أن يسير إلى الأمام بقوة، والتركيز في هذا يجب أن يولى للتكنولوجيات المتقدمة. وعليه فإن المجلس الأوروبي يعتبر أن مجموع مصاريف البحث والتطوير بالاتحاد يجب أن ترتفع لتقترب من نسبة 3

1 - صالح إبراهيم المتيوتي، أصول البحث العلمي القانوني، الموقع الإلكتروني لجامعة البحرين: http://www.uob.edu.bh/colleges/ara/law/research/main.asp

بالمئة من الناتج الداخلي الخام في أفق 2010. ثلثا هذا الاستثمار الجديد يجب أن تأتي من القطاع الخاص".[1]

هنا تؤكّد الحكومات الأوروبية مجتمعة ضرورة الدفع بمصاريف البحث والتطوير، باعتراف رسمي بما توافق عليه علماء الاقتصاد من أن الزيادة في المصاريف إياها إنما من شأنها الرفع من وتيرة النمو والتطور ومن مستوى حياة الأفراد والجماعات.

وهذا يعني أن ما تنفقه أوروبا على البحث والتطوير غير كاف، ليس فقط لمواكبة التحولات الجارية ومجاراة المنافسين، ولكن أيضا لرفع رهان إقتصاد العلم والمعرفة الذي تتطلع أوروبا إلى أن تكون "الأكثر حيوية" ضمنه و"الأكثر تنافسية" من بين أعضائه.

بالتالي، فأهمية التقرير تكمن في تركيزه على التبعات المحتملة بجهة تطوّر مستوى العيش في ظل تزايد نسب الشيخوخة وبزاوية تحسين الظروف العامة، ناهيك عن مساءلته لطبيعة الاستراتيجية المفروض اعتمادها وكذلك السياسات المصاحبة لتصريف ذات الاستراتيجية وربطها بأرض الواقع.

ليس ثمة من شك إذن أن الاتحاد الأوروبي إنما أدرك فكرا وممارسة أن إحدى المداخل الكبرى لاقتصاد المعرفة إنما تمر عبر الاستثمار في البحث والتطوير حجما ونسبا، وعبر استراتيجيات وسياسات تضمن تصريف الحواصل (من إنتاجية وتنافسية وبلوغ حصص سوق قصوى) على الأفراد والجماعات، على الأقاليم والجهات، على المدن كما على الحواضر، على المستفيد من ميزة قربه من " تجمعات

1 - يوسف يعقوب السلطان، الإسلام وتنمية العلم والبحث العلمي؛ الموقع الإلكتروني لمركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية:http://www.kantakji.com/fiqh/Files/Research/2212.doc

التنمية" كما على الذي لا تطاله ذات الميزة. [1]

بالمحور الأول، يذكر التقرير أن الاتحاد الأوروبي لم يخصص سنة 2001 من ناتجه الداخلي الخام إلا 1،93 بالمئة للبحث والتطوير (في المتوسط)، في حين بلغ ذات المستوى 2،82 بالمائة للولايات المتحدة الأمريكية و3،09 بالمئة لليابان.

أي أنه في حين لم يخصص الاتحاد الأوروبي في المتوسط إلاّ 164 مليار يورو، خصصت الولايات المتحدة لذلك حوالي 288 مليار يورو (154 بالنسبة لليابان).على الرغم من التمايزات الكبرى بين دولة أوروبية وأخرى وتميز بعضها عن البعض الآخر (تخصص السويد وفنلندا لذلك 4،27 بالمئة و3،40 بالمئة من ناتجهما الخام على التوالي)، وتواضع مجهودات بعضها الآخر (2،49 لألمانيا، 2،23 لفرنسا)، ودنو البعض الآخر عن المتوسط (0،96 لإسبانيا و0،83 للبرتغال) وهكذا، بالتالي فحصة ما يعود للاتحاد الأوروبي (على سعة مساحته وغنى دوله) داخل منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية إنما يبقى نسبيا وأدنى بكثير قياسا إلى حصة الولايات المتحدة (43،7 بالمائة) وحصة اليابان (16،7 بالمائة).

لا يختلف الأمر كثيرا لو اعتمدنا مقياس "نسبة العاملين بميداني البحث والتطوير"، إذ نجد باليابان 10 باحثين علميين لكل ألف شخص (9 للولايات المتحدة) ولا تتعدى ذات النسبة 6،7 لألمانيا و 5،5 لبريطانيا و 7 لفرنسا (مع استحضار حجم قاطنة هذه الدولة كما تلك).

يبدو إذن، بهذا المحور، أن للولايات المتحدة القدرة الكافية لتغطية جل الميادين العلمية (ولليابان رافعة علمية كبيرة في ذلك أيضا)، في حين نجدها إذا لم تكن ضعيفة بالاتحاد الأوروبي (قياسا إلى قريناتها في التنمية والتطور) فهي على الأرجح متواضعة، وإلى حد بعيد، ناهيك عن التباينات في أحجام ومصادر تمويل البحوث

---

1 - يوسف يعقوب السلطان، الإسلام وتنمية العلم والبحث العلمي، مرجع السابق.

وأعداد الحاضنين لها خواصا ومؤسسات عمومية، وناهيك أيضا عن طبيعة الأبحاث الممولة والجهات المراهنة على نواتجها.[1]

لا يقتصر التقرير (للجواب على السؤال) على ما راج ويروج من أدبيات اقتصادية عن آثار مصاريف البحث والتطوير على التنمية ولا عما صدر ويصدر من توصيات بجهة ضرورة اعتماد استراتيجية اقتصادية مبنية على المعرفة وعلى الإبداع التكنولوجي، بل عمد إلى استصدار نماذج تطبيقية تثبت بما لا يدع مجالا للمزايدة بأن علاقة التأثير المباشر بين مستوى ذات المصاريف ومستوى التنمية الاقتصادية قائمة وثابتة وغير قابلة للتأويل الكثير.

بالتالي، يقر التقرير قطعا أن جدلية البحث والإبداع والإنتاجية والتنافسية والتنمية إنما هي جدلية إيجابية بامتياز تماما كإيجابية الاعتقاد بأن "مزيدا من البحث إنما يؤدي إلى مزيد من التنمية" وبالتالي من العمل والرفاه.

والخلفية في ذلك، وفق النموذج المعتمد من هذا التقرير، إنما "حتمية" تحول مصاريف البحث والتطوير إلى أحجام معرفية، وتحول هذه الأحجام إلى إبداع، وتحول الإبداع إلى نجاعة اقتصادية تتحول بمقتضاها الإبداعات في النظم والسلع إلى طلبات تحرك الدورة الاقتصادية في عملية تفاعل كبرى بين الإبداع والطلب.

أردنا من ذكر مضانين هذا التقرير أن نقول: إذا كانت أوروبا تراهن اليوم على هدف ثلاثة بالمائة من الناتج الداخلي الخام تخصصه للبحث والتطوير، فإن المأمول لدينا أن نتعلم كيف نحدد الأشياء ونراهن، إذا لم يكن على تحقيقها، فعلى الأقل

---

1 - محسن يوسف، نحو مستقبل أفضل، استراتيجية لبناء قدرات العلم والتكنولوجيا على الصعيد العالمي، تقديم إسماعيل سراج الدين، المجلس المشترك بين الأكاديميات، المجلس الأعلى للثقافة، الطبعة الأولى، مكتبة الإسكندرية 2005، ص 55 .

الاقتراب من ذلك. [1]

2 - واقع البحث العلمي في الدول العربية:

يحيل مصطلح التنمية إلى مجموعة من التحولات الهامة التي تطال المجتمع في مختلف المجالات (الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، المعرفية، التقنية..) بالصورة التي توفر الشروط اللازمة لحياة أفضل داخل المجتمع، وبما يحقق التطور والرفاه للأفراد.

ويعتبر البحث العلمي أحد المقومات الأساسية للحضارة والتقدم والتنمية. فقد ساهم في إخراج البشرية من الظلمات إلى النور، وفي إبعادها عن شبح الخرافة التي يسيطر عليها[2] .

وسواء في صورته المرتبطة بالعلوم الطبيعية، أو تلك التي تنصب على مقاربة العلوم الإنسانية، فالبحث العلمي يعد أدق وأسمى الحقول المعرفية، فهو يعتمد على مناهج وسبل منظمة قوامها التجربة والملاحظة لاستجلاء الحقائق والمعارف والتأكد من الفرضيات بصدد مواضيع وقضايا مختلفة، بهدف التوصل إلى نتائج دقيقة تسهم في حل مشاكل وقضايا المجتمعات.

بل إن الدول المالكة للعلم والمعرفة أضحت هي المتحكمة في شؤون العالم المعاصر، بعد أن وظفت الإمكانيات التي يتيحها هذا القطاع بشكل بناء. وأمام الإكراهات التي تقف حجر عثرة أمام بلورة تنمية حقيقية في عدد من الأقطار العربية، تظل المراهنة على البحث العلمي خيارا استراتيجيا رابحا، لتجاوز مختلف

1 -عوني فرسخ، رؤى نقدية لتقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2002 (حلقة نقاشية)، مجلة المستقبل العربي، عدد 287، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان 2003، ص 65 .

2 - ناصر صالح الرعدان، البحث العلمي والتنمية، جريدة الرياض، العدد 14428، السعودية 25 ديسمبر 2007.

هذه الصعوبات والاختلالات في هذا الشأن.

إذا كانت العديد من الآراء والاتجاهات تربط التنمية أساسا بالاعتبارات الاقتصادية، فإن الإنسان يظل من الناحية الافتراضية هو محور كل تنمية حقيقية، فهو وسيلتها الرئيسية كما هو هدفها في آخر المطاف، بحيث ينبغي أن تنصب على تأهيله وتمكينه من مختلف المقومات العلمية والعملية والاجتماعية والاقتصادية. ويعتبر البحث العلمي أحد المداخل الرئيسية التي تدعم بلورة تنمية إنسانيةحقيقية.[1]

وينطوي البحث العلمي في الإعلام و الإتصال وتكنولوجياته، على أهمية قصوى في عصرنا الحالي، ولذلك يشهد استثمارا متزايدا من الدول المتقدمة في عدد من المجالات والميادين، وتخصص له إمكانيات مالية وتقنية وبشرية هائلة، باعتباره خيارا استراتيجيا لتجاوز مختلف التحديات الكبرى في بعدها المحلي والدولي.

بل إن حجم الاستثمار في هذا الشأن والاهتمام به، أضحى معيارا ومؤشرا أساسيا لقياس مستويات التنمية الاجتماعية والاقتصادية داخل الدول.

ولا يخفى الارتباط الوثيق والتفاعل المفترض بين البحث العلمي وتطبيقاته التكنولوجية، بالتنمية الوطنية والإعمار، ويبدو أن الدول المتقدمة صناعيا، بارعة في ترسيخ هذا الارتباط والاستفادة منه لأقصى الحدود، حيث يعود التحسن في مستوى معيشة أفرادها بنسبة 60 إلى 80% إلى التقدم العلمي والتقني، بينما يعزى هذا التحسن بنسبة 20 إلى 40% إلى وجود رأس المال [2].

---

1 - ناصر صالح الرعدان، البحث العلمي والتنمية، مرجع سابق.

يبدو أن غياب شروط موضوعية للبحث العلمي في بعض الأقطار العربية دفع بعدد من الباحثين إلى الهجرة لبلدان غربية أو عربية أخرى بحثا عن شروط أفضل للبحث.

2 - محمد أبو طه، إحصائيات مختصرة حول واقع البحث العلمي في العالم العربي، الموقع الإلكتروني لجامعة القدس المفتوحة: http://www.qou.edu/homePage/arabic/researchProgram/doc6

إن تحقيق التنمية المستدامة باعتبارها هدفا استراتيجيا، يفترض أن يلبي احتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرات واحتياجات الأجيال المقبلةت يتطلب استحضار عنصر البحث العلمي والانفتاح على ما تتيحه التكنولوجيا الحديثة من إمكانات وإنجازات واعدة في هذا الشأن .

وهذا ما تؤكده العديد من التجارب العالمية في كل من كوريا الجنوبية والصين وماليزيا، التي استثمرت خلالها الإمكانات المذهلة التي يتيحها هذا الحقل وما يرتبط به من تقدم علمي؛ بشكل فعال لصالح تطور وتنمية ورفاهية المجتمع في مختلف الميادين والمجالات، وما يتبع ذلك من حث وتشجيع على البحث والابتكار واستثمارهما على أحسن وجه.

فالدول التي تعرف كيف تطبق مخرجات البحث العلمي، نجدها دائما تحتل مكان الصدارة في مجالات عديدة، مثل تصنيع الآلات والأجهزة الحربية، وهذا يجعلها تتفوق عسكريا، وتكثر مساهماتها الثقافية والعلمية في الحضارة الإنسانية، أو في مجال تقديم الخدمات المتنوعة لمواطنيها وفق أحدث الأساليب، أو في نموها الاقتصادي وبناء المصانع وزيادة الإنتاج وحسن استغلال الموارد الطبيعية [1].

إن تنمية وتطوير الرأس المال البشري التي تتمثل في تشييد وصيانة البنى الأساسية التي تكفل لدولة ما تعليما ومهارات يمكناها من مواكبة باقي دول العالم، تمثل أهمية أساسية بالنسبة إلى قدرة الدول النامية، ليس في مجال تحسين وضعها فحسب، وإنما أيضا من أجل المساهمة في رفاهة كل البشر [2].

جاء في تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2002 أنه أصبح واضحا، ومقبولا

1 - راجع: علي محسن حميد: البحث العلمي في الدول العربية: عوائقه ومقتضياته، مجلة شؤون عربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربي، العدد 131 خريف 2007، ص 170 .

2 - انظر جريدة البيان، دولة الإمارات ديسمبر 2008، 16 ذو الحجة 1429هـ العدد 1040.

بصورة عامة، أن المعرفة هي العنصر الرئيسي في الإنتاج، والمحدد الأساسي للإنتاجية، ورأس المال البشري.

وعليه فقد أكد التقرير أن قلة المعرفة وركود تطورها يحكمان على البلدان التي تعانيهما بضعف القدرة الإنتاجية وتضاؤل فرص التنمية [1].

إن الاعتماد على معطيات ونتائج البحث العلمي وتلافي الارتجال والعشوائية في اتخاذ القرارات والتدابير على اختلاف أنواعها، يمنح هذه الأخيرة المصداقية والنجاعة والاستقرار، بما ينعكس بالإيجاب على تطور وتنمية المجتمع.

ويفترض في مراكز ومؤسسات الأبحاث والدراسات بمختلف تخصصاتها أن تلعب أدوارا كبيرة في هذا الصدد، وبخاصة على مستوى وضع الخطط والدراسات والمقترحات والتوصيات المرتبطة بمجالات مجتمعية حيوية على طريق ترشيد القرارات وتوجيهها.

وقد وقف تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2003 حول مجتمع المعرفة، على الأوضاع الصعبة التي تعيق تطور مجتمع المعرفة في مختلف الأقطار العربية بشكل عام، وسلط الضوء في هذا السياق على الوضعية الحرجة التي تعيشها العديد من الجامعات، وركز على مختلف الإكراهات التي تعوق تطور البحث العلمي في الأقطار العربية من قبيل غياب استراتيجية علمية عربية بينية واضحة في أهدافها وآلياتها. الأمر الذي يؤكده غياب قاعدة بيانات بالمؤسسات البحثية وبالباحثين والخبراء العرب وباهتماماتهم المختلفة وبمجال عملهم، وضعف التنسيق بين مؤسسات البحث العربي، ناهيك عن عدم وجود صناديق خاصة بتشجيع ودعم وتمويل مختلف الأبحاث والدراسات .

---

1 - برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي: تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2003، نحو إقامة مجتمع المعرفة؛ المطبعة الوطنية عمان، الأردن 2003، ص. 73.

وتشير إحصائيات صدرت سنة 2005 إلى أن الدول العربية مجتمعة خصصت للبحث العلمي ما يعادل 1.7 مليار دولار فقط، أي ما نسبته 0.3 بالمائة من الناتج القومي الإجمالي.. في حين وصلت نسبة الإنفاق على البحث العلمي في إسرائيل خلال نفس السنة إلى 4.7 بالمائة من ناتجها القومي الإجمالي(1).

ويعد القطاع الحكومي هو الممول الرئيس لنظم البحث العلمي في الدول العربية، حيث يبلغ حوالي 80 بالمائة من مجموع التمويل المخصص للبحوث والتطوير مقارنة ب 3 بالمائة للقطاع الخاص و8 بالمائة من مصادر مختلفة، وذلك على عكس الدول المتقدمة وإسرائيل، حيث تراوح حصة القطاع الخاص في تمويل البحث العلمي 70 بالمائة في اليابان و52 بالمائة في إسرائيل والولايات المتحدة (2).

ومعلوم أن غياب شروط ناجعة وفعالة للبحث العلمي في عدد من الأقطار العربية، يؤدي حتما إلى إهدار الطاقات البشرية والمالية ويقلص من فرص التنمية الحقيقية.

ويشير أحد الباحثين إلى أن العلماء العرب أسهموا بنحو ثمانية آلاف بحث علمي في عام 1996 للمجلات الدولية المحكمة، وهذا يعادل 60 بالمائة مما أنتج في الصين، و50 بالمائة مما أنتج في الهند، ويزيد بنسبة 30 بالمائة فقط عما نشر في كوريا الجنوبية خلال العام نفسه، ويضيف بأن الإنتاج العلمي للوطن العربي يبلغ حاليا 72 بالمائة فقط من إنتاج إسرائيل وحدها في هذا الإطار(3).

---

1 - إضافة إلى عدم الانفتاح اللازم على التقنيات التكنولوجية الحديثة في هذا الشأن، يلاحظ أيضا عدم إيلاء الاهتمام الكافي لعدد من التخصصات المرتبطة بالرياضيات.. والعلوم الحقة بشكل عام.

2 - برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي: تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2003، مرجع سابق، ص 74 .

3 - إدريس لكريني حوار مع جريدة المنعطف، المغرب، حول الشأن الثقافي بالمغرب، منشور في نفس الجريدة، عدد 2653 بتاريخ 25 شتنبر 2006 .

3 - حاجات البحث العلمي في الدول العربية:

يتسم الإقليم العربي بعجزه عن امتلاك ناصية المعرفة، ووجود فجوة كبيرة دائمة الاتساع بينه وبين العالم المتقدم تتضاعف بشكل مطرد [1].

وتعتبر العديد من الأقطار العربية من ضمن أكثر الأقطار حاجة إلى تطوير البحث العلمي والمراهنة عليه في تنميتها، وذلك بالنظر إلى مجموعة من الاختلالات التي تعتور هذا القطاع الحيوي، فالاعتمادات المالية المرصودة له داخل عدد من هذه الدول لم تصل بعد 1 بالمائة من الناتج الداخلي الخام؛ وهي نسبة ضعيفة وتبتعد كثيرا عن المعدل العالمي المحددة في 2.3 بالمائة، تؤثر بشكل سلبي على البنيات التحية المرتبطة بهذا الشأن، حيث تظل في مجملها تقليدية وغير كافية.

فبموجب تقرير اليونسكو لسنة 1998، فإن الإنفاق الحكومي العربي على البحث العلمي عام 1996 بلغ 0،14 بالمائة من إجمالي الناتج الإجمالي، مقابل 2،53 بالمائة بالنسبة لإسرائيل (11) و2،9 بالمائة لليابان، و1،62 بالمائة لكوبا عام 1994. بينما تنفق فنلندا حوالي3،5 من دخلها الإجمالي على القطاع، كما أن التعاون بين العلماء والباحثين العرب يبقى ضعيفا ودون المستوى المطلوب.

وفي الوقت الذي انتقل فيه معدل الإنفاق العام على البحث العلمي في كوريا الجنوبية، من حوالي 0،02 بالمائة في سنوات الستينيات، إلى ما يربو على 5 بالمائة سنة 2000. ذكر تقرير صادر عن نفس المنظمة لسنة 2004 بأن الدول العربية خصصت ما يناهز 1،7 مليار دولار في هذا الشأن؛ وذلك بنسبة 0،3 بالمائة من الناتج القومي العام فقط.

إن تدني تمويل البحث العلمي من قبل القطاعات الإنتاجية والخدمية في البلدان العربية يفسر إلى حد ما محدودية النشاط الابتكاري في البلدان العربية، خصوصا

1 - نشير مثلا إلى أن الإنتاج العلمي بإيران قد تضاعف في العشر السنوات الأخيرة بحوالي 10 مرات.

إذا أخذنـا في الاعتبـار أن التمويـل الحكومـي الـذي تصـل نسـبته إلى 89 بالمائـة مـن مجمـل التمويـل؛ يسـتهلك معظمـه في تغطيـة رواتـب العاملـين [1] في هـذا القطاع.

كما تؤكد مختلف التقارير والإحصاءات المحلية والدولية ضعف الإمكانيات المخصصة لقطاع التكنولوجيا الحديثة في عدد من الأقطار العربية؛ ناهيك عن مختلف الاختلالات التي تعتور قطاع التعليم بكل مستوياته.

فقد أشارت إلى المأزق الذي تعرفه منظومة التعليم في كثير من الأقطار العربية، نتيجة لعجز المؤسسات التعليمية عن مسايرة مختلف التطورات العلمية ، وعدم انفتاحها على المجتمع، بالإضافة إلى اعتماد أغلبها على مناهج تعليمية جامدة ومتجاوزة، ترتكز إلى الحفظ والتلقين والشحن، عوض الفهم والمناقشة والإبداع والتحفيز على طرح الأسئلة. وفي ظل نظم وبرامج تعليمية وتربوية عقيمة، أغلبها ينحو إلى الماضي أكثر منه إلى الحاضر والمستقبل، ويكرس التقليد والتبعية بدل الاجتهاد والإبداع.

وتشير بعض الإحصائيات الخاصة بتصنيف وترتيب الجامعات الدولية بحسب جودتها وأفضليتها؛ إلى الوضعية المأزومة التي تعيشها مختلف الجامعات العربية في هذا الشأن؛ فباستثناء بعض الجامعات السعودية التي تبوأت مكانة مشرفة ضمن تصنيف سنة 2008. يلاحظ أن هذه الجامعات العربية جاءت في مراتب متدنية [2].

كـما أن معظـم مراكـز البحـث والتطويـر في البلـدان العربيـة غـير مهيـأة لتحويـل ناتـج بحــث إلى منتـج اسـتثماري بسـبب غيـاب هـذه التوجهـات عـن اهتماماتهـا أصـلا، أو

1 - عبد الجليل التميمي، دور مراكز البحوث العربية في استراتيجية التنمية المعرفية للأمة: الواقع والآفاق، مطبعة النجاح الجديدة، المغرب، ص 27 .

2 –راجع: علي محسن حميد، البحث العلمي العربي: الضرورة المهملة، مجلة شؤون عربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، العدد 134، القاهرة 2008 .

بسبب غياب المعارف والخبرات والإمكانات اللازمة للقيام بالأنشطة الابتكارية المطلوبة. وهي تختلف بطبيعتها ومتطلباتها عن أنشطة البحث والتطوير المتعارف عليها ضمن المفاهيم السائدة حاليا [1].

ومن جهة أخرى، ظلت نظرة صانع القرار السياسي للمثقفين بمختلف اهتماماتهم العلمية والإبداعية والفكرية، حذرة ومشوبة بالشك والارتياب في كثير من الأقطار العربية.

كما أن هناك جزءا من النخبة المثقفة، يبدو وكأنه قد ابتعد أو غيب عن قضايا وتطلعات مجتمعاته، وتخلى عن أدواره التنويرية المفترضة، بل وأسهم في تكريس ثقافة التعتيم، وبين هذا وذاك فضل البعض الانعزال والانكفاء [2].

وعلاوة على افتقار عدد من الأقطار العربية إلى باحثين أكفاء متفرغين لشؤون البحث فقط، كما هو الشأن بالنسبة للدول الرائدة في هذا المجال، فإن عددا كبيرا من الباحثين والمفكرين يشتغلون بشكل فردي، ولم تتبلور لديهم القناعة بعد بأهمية العمل الجماعي.

وأمام ندرة المنابر العلمية من مجلات ودوريات متخصصة، وغياب مختبرات علمية مهيأة ومجهزة بشكل كاف ومتطور، كان من الطبيعي أن يتسم النشر العلمي العربي بالضعف والمحدودية.

أما البحث العلمي في العلوم الانسانية و الاجتماعية، فقد لاحظ أحد الباحثين أنه لا يتمتع اليوم بالحرية الأكاديمية وحتى النسبية منها، حيث يمنع الباحثون

---

1 -من المؤكد أن أسباب هذا المأزق كثيرة ومتباينة؛ تتأرجح في مجملها بين عوامل ذاتية مرتبطة بالمؤسسات البحثية وبالباحثين أنفسهم؛ وأخرى موضوعية يفرضها المحيط المحلي في علاقته باختيارات الدولة ومدى اهتمامها بهذا القطاع الحيوي.

2 - إن هذا الانفتاح يقتضي بضرورة اقتناع صانعي القرار بأن المشورة العلمية تؤدي حتما إلى تحسين وترشيد وتوجيه عملية صنع القرار في مجال السياسات العامة.

من معالجة عديد الإشكاليات البحثية. وهو الأمر الذي يفسر مدى تقزيم المعرفة العربية، خلافا لحرية الممارسة في الفضاءات الأورو- أمريكية [1].

ويضيف بأن المتوقف على الحصيلة البحثية للمراكز العربية الحكومية منذ استقلال بلادنا السياسي، سينتابه الذهول والحيرة للمردودية المتواضعة جدا، إذا ما قورن ذلك بحصيلة الأبحاث التي أنجزت على صعيد المراكز البحوث الأوربية مثلا [2].

ومعلوم أن هذه العوامل مجتمعة، تعرقل تحويل نتائج الأبحاث والدراسات إلى تطبيقات ميدانية وتحول دون تسويقها محليا ودوليا.

وأمام هذه الوضعية التي تعكس الغياب الواضح للأقطار العربية عموما، عن قائمة الدول الرائدة في هذا المجال[3]، يظل اتخاذ تدابير وإجراءات على طريق تطوير منظومتي التعليم والبحث العلمي، أمرا ملحا وضروريا، باعتبار ذلك مدخلا مناسبا لتحقيق التنمية المرجوة ولولوج عالم التكتلات بكل حزم وثقة في النفس .

4 - مداخل لتطوير البحث العلمي في الأقطار العربية:

إن هذه الوضعية بكل تحدياتها وصعوباتها، تفرض تكثيف الجهود بين مختلف الفاعلين[4]، من أجل تطوير أداء المؤسسات المعنية بالبحث العلمي بمختلف

---

1 -علي محسن حميد، البحث العلمي في الدول العربية: عوائقه ومقتضياته، المرجع السابق، ص 174.

2 – راجع: محسن يوسف، نحو مستقبل أفضل؛ استراتيجية لبناء قدرات العلم والتكنولوجيا على الصعيد العالمي، مرجع سابق، ص 106.

3 - علي محسن حميد، البحث العلمي في الدول العربية: عوائقه ومقتضياته، مرجع سابق، ص 174 .

4 - عبد الجليل التميمي، دور مراكز البحوث العربية في استراتيجية التنمية المعرفية للأمة: الواقع والآفاق، مرجع سابق، ص 28 .

تخصصاته وتخليقها أيضا، على طريق التأسيس لمعرفة عقلانية ومنتجة وخلاقة، تنبني على رؤية استراتيجية متفاعلة مع الواقع المحلي ومع تحديات المحيط؛ وقادرة على إعداد جيل قادر على الابتكار والمبادرة.

والاهتمام بحقل البحث العلمي في الأقطار العربية وتطويره، يتطلب تجاوز النظرة التي ترى في العلم والتكنولوجيا مجرد سلعتين يمكن استيرادهما من الدول المتطورة، ويفترض أن يبدأ ببلورة استراتيجية حقيقية وواضحة لتطوير منظومتي التعليم والبحث العلمي، باعتبارهما قطاعين حيويين لا يتجزءان، وبتوفير الإمكانيات المالية والتقنية والبشرية اللازمة لعمل المراكز والمؤسسات المرتبطة بهذا القطاع وتطويرها، والانفتاح على مجمل النتائج والخلاصات والتوصيات [1] التي تقدمها عبر أبحاثها ودراساتها، والاستفادة منها، ورصد الموارد اللازمة لاستعمال التكنولوجيا الملائمة للتنمية الاقتصادية والرفاهية الاجتماعية، وبتأهيل الجامعات وبدعم المطبوعات والكتب والمجلات والدوريات الأكاديمية والعلمية، بالشكل الذي يجعلها في متناول الباحثين والمهتمين والقراء.

وأمام الإمكانيات المالية الضخمة التي يتطلبها البحث العلمي، يقترح أحد الباحثين[2] اعتماد مجموعة من التدابير والحلول لحل مشكلة التمويل؛ من قبيل فرض ضريبة لصالح البحث والتطوير على الصناعة، وإنشاء وقفيات للبحث العلمي كما كان عليه الحال في الماضي، وتخصيص نسبة من دخل الجمارك لهذا الغرض أيضا أو إصدار طابع بريدي باسم التنمية يعود جزء من عائده على البحث العلمي، أو إضافة ضريبة على أسعار تذاكر السفر وتشجيع التبرعات

1 - برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي: تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2003، مرجع سابق، ص 147.

2 ـ Alice Audoin, Anne Courtois et Agnès Rambaud-Paquin, La communication responsable, Eyrolles 2009.

الخاصة. بالإضافة إلى الإسهامات المفترضة في هذا الشأن للشركات الأجنبية التي تستخرج الموارد الطبيعية، ناهيك عن الإمكانيات الهامة الذي يمكن أن يتيحها التعاون الدولي في هذا المضمار، وكذا المؤسسات والمنظمات الدولية ذات الصلة.

وعلاوة على بعض التجارب الرائدة في هذا الشأن [1]، يقدم الاتحاد الأوربي تجربة ونموذجا حيا في هذا السياق، فهو يمول بحوثا مشتركة أو يقوم بتوزيع بحث معين على أكثر من طرف وفقا للمزايا التي يمتلكها هذا الطرف أو ذاك [2].

كما ينبغي توفير قاعدة بيانات للباحثين العرب في الداخل أو في بلاد المهجر، وتحديد لائحة بأهم الدراسات والأبحاث المطلوبة، بالإضافة إلى إحداث جوائز وتحفيزات لمراكز البحث وللباحثين المتميزين، وتجاوز التعقيدات الإدارية المرتبطة بإنجاز الأبحاث العلمية أو إحداث المراكز والمؤسسات البحثية. وينطوي عقد شراكات بين مختلف المراكز البحثية على المستوى العربي والدولي، أهمية كبرى.

ولا يخفى أيضا الدور الطلائعي الذي يمكن أن يلعبه القطاع الخاص في تعزيز وتطوير العلم والتكنولوجيا؛ وهو ما يفرض تشجيعه وفتح المجال أمامه عبر عقد شراكات واتفاقات في هذا الاتجاه.

ويعتبر المدخل القانوني أيضا ضروريا لتوفير الشروط الملائمة لاعتماد التكنولوجيا الحديثة وإحداث مراكز البحث بصورة مرنة.

ويعتقد البعض أن سن القوانين التي تسمح بإنشاء المؤسسات الأكاديمية الخاصة، يعد مخرجا وحيدا لإنقاذ مجتمع المعرفة العربي من النفق المظلم الذي زج به منذ الاستقلال السياسي للبلاد العربية [3].

---

1 - المرجع نفسه.

2 - نفسه.

3 - راجع: Solange Tremblay (sous la direction)، Développement durable et communications، Presses de l'université du Québec، Québec 2007.

ويمكن القول إن تفريط فئة واسعة من النخبة العربية المثقفة في استقلالية المجال المعرفي.. يمثل عائقا جوهريا في سبيل إنتاج مجتمع المعرفة؛ خصوصا عندما تستخدم المعرفة وسيلة للأهداف السياسية أو وسيلة للولاءات الداخلية أو الخارجية[1].

ومما لا شك فيه أن البحث العلمي يظل بحاجة إلى شروط موضوعية وفضاء حر قوامه سلطة القانون واحترام حقوق الإنسان في مختلف تجلياتها؛ تحفز على الإبداع والاجتهاد والابتكار بكل حرية واستقلالية، ولذلك "فإن تضييق الحريات الفكرية في مجال المعرفة هو حرمان سياسي للمجتمع من قدراته وهدر لها، من أوجه مختلفة، بما فيها الاقتصادي، إضافة للاجتماعي والثقافي" [2].

---

1 - نفسه

Robert Cox, Environmental communication and the public sphere, Sage, 2nd edition, NJ. 2010.-2

الخاتمة العامة

في مقابل كل ما تقدم من معوقات البحث العلمى، توجد توصيات لتجاوزها حيث يمكن ان يستخدم بعضها على أساس وقائي في حين يمكن أن يستخدم البعض الآخر على أساس علاجى وكما يلى:

- جعل العاملين يشعرون بكونهم شركاء للباحثين بقدر تعلق الأمر ببرنامج البحث العلمى.
- ضمان الدعم المالى والرسمى القانونى من قبل القادرة للمشروع البحثى.
- اختزال الزيادات فى الاعباء الوظيفية التى قد تنجم عن تنفيذ التوصيات البحثية.
- محاولة عدم المساس بالمصالح الوظيفية المشروعة والقائمة للعاملين قدر الامكان.
- توظيف ومشاركة أكبر عدد ممكن من العاملين فى المشروع البحثى فى الجهاز الادارى المعنى.
- جعل التوصيات البحثية قريبة من قيم آراء القادة والموظفين والمواطنين قدر الامكان ودون التفريط بالجوانب الفنية الادارية ذات العلاقة.
- إعطاء توضيحات كافية للتوصيات البحثية كلما دعت الحاجة لذلك.
- ادامة علاقات الصداقة والتعاون الوثيق بين اعضاء الفريق، البحثى، بينهم وبين القادرة الادارين والعاملين فى الجهاز الادارى المعنى وبين الجمهور الذين يتعاملون مع ذلك الجهاز الادارى.
- جعل التوصيات البحثية بصياغات مرنة لجعلها قادرة على استيعاب التغيرات

المتوقعة داخل وخارج الجهاز الادارى المعنى.

- تقديم محفزات مادية ومعنوية مناسبة للعاملين لقاء تعاونهم واستجاباتهم المتميزة مع المجهودات البحثية الادارية.

- إتخاذ إجراءات قانونية رادعة ازاء الافراد الذين يسببون اعاقة للعمليات البحثية الجارية بصدد جهاز ادارى معين.

- تقديم تعويضات مناسبة للعاملين الذين يلحقهم ضرر معين لقاء تنفيذ التوصيات البحثية واشعارهم بذلك مقدما.

- صياغة التوصيات البحثية بأبسط واوضح صورة ممكنة لتسهيل تبنيها والالتزام بها من قبل الجهاز الادارى المعنى.

إنه يمكن للمجتمع العربى أن ينهض ويلحق بركب التقدم إذا آمن بأهمية البحث العلمى ودوره فى القرن الجديد، ومكّن الباحثين الشبان من الحصول على المعلومات بعيدا عن الأسلوب البيروقراطى، وشجّع الأبحاث العلمية القائمة على روح الفريق والعمل الجماعى الذى ينضوى تحت لوائه الباحثون الجادون الساعون للانضمام إلى الفرق البحثية بهمة ونشاط وصبر ومثابرة، ورغبة صادقة فى خدمة البحث العلمى والمجتمع الإنسانى بصفة عامة.

اتضح لنا في هذا الطرح أن الإتصال المرئي، أي الصورة المصنعة المادية التقنية، المرتبط بوسائل الإتصال الجماهيرية في كل من المجتمع المعقد والإنتقالي "مشوه" بقدر ما ابتعد عن الطبع الإنساني وحقيقته، وبقدر ما فقد الصلة مع الوصاية الأخلاقية أو الفلسفية أو القيمية.

ويعنــي الإتصــال المشــوه ذلــك الــذي يعمــل عــلى إقصــاء القيمــة مــن فعــل الإتصــال واســتغلال حاســة البــصر عــلى حســاب كل مــن الحــواس الأخــرى وصــيرورة الإدراك العقــلي الواعــي المرتبــط بالمعتقــد. بمعنــى آخــر، فــإن هــذا النــوع مــن الإتصــال يســعى إلى تفكيــك النظــام الرمــزي ومنــع تشــكله وتلاحمــه في العلاقــات التــي تشــكل الحــزام

الإتصالي الأساس في المجتمع. وقد بينت التجربة التاريخية الإجتماعية أنه لا يمكن بناء أي نمط اجتماعي واع مجتهد بدون نظام رمزي من الإتصال. فالمجتمع يستمر في الوجود ليس فقط بالإتصال، ولكن في الإتصال الدال الحامل للشخصية القيمية ذات الأبعاد الإنسانية والحضارية. يستتبع ذلك أنه إذا حدث بأن أصبح النظام الرمزي محل توظيف واستغلال تجاري أو تسلطي، فإن النظام الإجتماعي يهتز وفقاً لذلك. إن اضطراب النظام الإجتماعي يعني انقطاع المبادئ التي توفر الإحساس بالقيمة الذاتية والإنتماء إلى الجماعة والإرتباط بنظام من المثل. وقد أسهم الإتصال المرئي في إحداث مثل هذا التفكك في كل من المجتمع المعقد وكذا الإنتقالي الذي تنتمي إليه.

وحسبنا أن نظرية اتصالية حضارية بديلة تفرض نفسها نظرياً وعملياً، ويفترض طرحنا أن الإتصال المرتبط بالتقنيات الحديثة للإتصال، وخاصة الإتصال المرئي، يكون هادفاً ودالاً حضارياً إذا مكن الفرد من تحقيق ذاته غير المجدية والمتكاملة في أبعادها المعنوية والجسدية، والمجتمع من تحقيق الأهداف الرسالية والمعيشية المرتبطة بثقافته وأصوله ومصالحه. وتقوم به النظرية في رؤيتنا على بعض الركائز المبدئية التالية:

أولاً: أن يكون الإتصال نابعاً ومنبثقاً من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع. فالإتصال المرئي يكون هادفاً نافعاً إذا ما تم في إطار أو تصور أو فكر أو انتماء، أي باسم أرضية تشكل المنطق المعرفي المتماسك، لا أن يتوجه إلى استشارة العواطف أو الغرائز، أو طلب استجابة مادية ظرفية آنية.

ثانياً: أن يكون هذا النمط من الإتصال تكاملياً، فيتضمن الإتصال السمعي البصري، والإتصال المكتوب، والإتصال الشفوي الشخصي. ولا شك في أن مساحة الإتصال المكتوب، قد تقلصت في مجتمعنا، وهو، أي الإتصال المكتوب سواء أكان في شكل كتاب أم صحيفة، من أسس قيام الحضارة، فضعف المكتوب

أدى إلى ضعف حضاري.

ثالثا: أن يكون الإتصال قائماً على مشاركة واعية من طرف الجمهور المسقبل لا أن يكون أحادياً تسطلياً، فيقصي القطاعات المختلفة المشكلة للمجتمع.

رابعاً: أن يكون الإتصال دائماً حاملاً للقيم الثقافية والروحية التي تدفع بالإنسان والمجتمع إلى الإرتقاء والسمو، وهو ما ينعكس إيجابياً على محيط الإنسان المعنوي والمادي سواء على المستوى المحلي أو الدولي.

كيف نستطيع أن نتبنى مفهوم الإبداع والابتكار، وما هي الأسس والمقومات التي يجب علينا انتهاجها لتعميق هذه المفاهيم؟

تلعب الأبحاث والتطوير دورا مهما في ترسيخ مفاهيم الابتكار والإبداع وتسهم مساهمة فعالة وسريعة المفعول في تعليم وتطوير الشعوب والأمم التي تتبنى مفهوم البحث العلمي والتطوير، ويظهر ذلك جليا في عدد براءات الاختراع والصناعات الجديدة والمتقدمة التي تخدم العالم المتقدم نتيجة للأبحاث الصناعية في هذا التخصص وذاك المجال وغيرها من الأبحاث والدراسات. تعتبر ثقافة البحث والتطوير هي الأساس في ترسيخ مفهوم الإبداع وتنميته وتسهم مساهمة فعالة في نشر هذه الثقافة بين الشباب المتعلم وتوجيهه إلى الإبداع والابتكار نتيجة لضلوعه في أسس وأساليب وأدبيات البحث العلمي.

إن تشجيع الباحث وتكريمه وخلق المزيد من الفرص والمغريات لاجتذاب أصحاب المؤهلات العلمية للدخول في مجال البحث العلمي والتطوير أمر في غاية الأهمية لرقي الدول والشعوب والأمم لسنا بحاجة إلى التذكير بأهمية البحث العلمي وسر تقدم وتطور الأمم من حولنا لأن شواهده وإنجازاته واضحة للعيان، لكننا بحاجة إلى مَن يتبنى هذا المفهوم ونشر ثقافة البحث والتطوير وترسيخها في الجامعات ومراكز الأبحاث في ظل توافر الإمكانيات المادية والبشرية. زمام المبادرة في تفعيل البحث العلمي يقع في ايدي الجامعات والمؤسسات الاكاديمية

البحثية في العالم العربي. الانطلاقة تأتي من القيادات الادارية الفعالة والكفاءات العلمية في هذه الجامعات والمؤسسات. اذا لم تكن ادارة الجامعة تؤمن باهمية البحث العلمي واذا كانت تفتقر الى الدوافع والمحفزات لتفعيل البحث العلمي في الجامعة فلن تستطيع تحفيز كوادرها العلمية لانتاج الابحاث العلمية المتميزة ذات المردود الفعلي على التنمية ولا تستطيع جذب الاطراف الاخرى الى المشاركة معها في هذا الفعل الحضاري.

أ.د.مي العبدالله

1 ك1 2010

قائمة المصادر و المراجع:

1 -باللغة العربية:

أ- الكتب:

- أحمـد شلبي، كيف تكتب بحثا أو رسالة، مكتبة النهضة المصريـة، القاهـرة 1986.

- الناصر عبد الواحد، مفاتيــح المنهجيــة، مطبعة لوبيرا، الرباط 1995

.- إدريس الكـراوي، البحث في العلوم الإنسانيـة، توجيهات منهجية ونماذج تطبيقية، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضـاء 1990.

- ابراهيم عبد الرحمن رجب، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، دار عالم الكتب، 2003.

- أحمد شلبي ، كيف تكتب بحثا أو رسالة دراسة منهجيه لكتابة البحوث وإعداد رسائل الماجستير والدكتوراه، الطبعة الرابعة والعشرون، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة 1997.

- السيد أبي الحسن علي الحسيني الندْوي، السيـرة النبوية، المكتبة العصرية، بيروت 1981.

- أمين الساعاتي، تبسيط كتابة البحث العلمي، المركز السعودي للدراسات الإستراتيجية، القاهرة 1993.

- إحسان محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة للطبع والنشر، بيروت 1982.

- أهيف سنو، البحث القصير، إشراف هنري عويس، دار الشروق، بيروت1999.

- ثريا عبد الفتاح لحسـن،مناهج البحوث العلميـة للطلاب الجامعييـن، ، دار الكتاب اللبناني، بيروت 1978 .

- حسـن الساعاتي، تصميم البحوث الاجتماعيـة، دار النهضة العربية، بيروت 1982.

- حسين عناية، مناهج البحث، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية 1984.

- حسين عبد الحميد رشوان، العلم والبحث العلمي دراسة في مناهج العلوم، الطبعة الخامسة،المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية 1992. حسن شحاته، البحوث العلمية والتربوية بين النظرية والتطبيق، مكتبة الدار العربية للكتاب،ط1، الرياض 2001.- حسين نزار فضل الله،مختصر قواعد كتابة البحث، دار الهادي، بيروت 2009.

- ديمتري غوتاس، الفكر اليوناني والثقافة العربية، حركة الترجمة اليونانية- العربية في بغداد والمجتمع العباسي المبكر، ترجمة نقولا زيادة، مركز دراسات الوحدة العربية والمنظمة العربية للترجمة، بيروت 2003.

- ديوبولد فان دالين، ترجمة - محمد نبيل نوفل وآخرون، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة 1997.

- رضا علوي سيد أحمد، فن الكتابة، ط1، دار البيان العربي، بيروت 1993.

- رجاء دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العمليّة، ط1 ، دار الفكر، دمشق 2002.

- زيدان عبد الباقي، قواعد البحث الاجتماعي، الطبعة الثانية، مكتبة الأنكلو مصرية، القاهرة 1974.

- سيد قطب، في ظلال القرآن، الجزء الثاني، دار الشروق، بيروت 1986.

- سـيد قطـب، خصائـص التصـور الإسـلامي، دار الـشروق، بـيروت 1987.-

سركز العجيلي، الأسس العلمية لكتابة البحوث والأطروحات الجامعية، جامعة السابع من ابريل، ليبيا 1992. - سمير محمد حسين، تحليل المضمون: تعريفاته ومفاهيمه ومحددات استخدامه الأساسية ووحداته وفئاته، جوانبه التطبيقية وتطبيقاته الإعلامية - ارتباطاته ببحوث الإعلام والدعاية والرأي العام،عالم الكتب، القاهرة 1983.

- صالح خليل أبو أصبع، الاتصال و التنمية المستدامة في الوطن العربي، دار البركة لنشر و التوزيع، عمّان 2009.

- طلال المجذوب، منهج البحث وإعداده، دراسة نظرية وتطبيقية، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، بيروت 1993.

- عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، مكتبة وهبة، القاهرة 1977.

- علي عبد الحميد حمود، نحو منهج بحوث إسلامي، ، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، المنصورة 1989.

- عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، جامعة الفاتح - كلية العلوم الاجتماعية، منشورات ELGA، 1995.

- عبد الله محمد عبد الرحمان ومحمد علي البدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 2002.

- عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، الطبعة الحادية عشر، مكتبة وهبة، القاهرة 1990.

- عمار بوحوش ومحمد محمود الذنيبات، مناهج البحث العلمي، طرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1995.

-عابد الجابري، بنية العقل العربي، دراسة تحليلية نقدية لنظم المعرفة في الثقافة العربية، الطبعة الخامسة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 1996.

- عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة 1979.

- عباس محمود العقاد، إبراهيم أبو الأنبيـاء، ، منشورات المكتبة العصرية، بيروت 1981.

- علي شتا، المنهج العلمي والعلوم الاجتماعية، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة 1997.

- عمر مهيبل، مقدمة كتاب مقالة الطريقة، رنيه ديكارت، ، دار موفم للنشر، الجزائر 1991.

- عباس محمود العقاد، التفكير فريضة إسلامية، منشورات المكتبة العصرية، بيروت 1997.

- عاصم محمد حسين، الوجيز في مناهج البحث، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة 1995.

- عبدالرحمن بن عبدالله الواصل، البحث العلميُّ وأصول كتابته، إدارة الإشراف التربويِّ والتدريب، وزارة المعارف ، المملكة العربيَّـة السعوديَّـة 1999.

- عبد الوهاب ابراهيم، أسس البحث الاجتماعي، مكتبة نهضة الشرق، 1985.

- ذياب البداينة، المرشد إلى كتابة الرسائل الجامعية، أكاديمية نايف، 1999.

- علي جلبي، تصميم البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، 1986.

أصول كتابة البحث وقواعد التحقيق، بيروت، دار الطليعة، 1993.

- عبد الهادي الفضلي، أصول البحـث، دار الكتاب الإسلامي، قم إيران 1990.

-عاصم محمد الأعرجى، الوجيز فى مناهج البحث العلمى، دار الفكر للنشر والتوزيع ،ط1، بيروت 1995.

-عبدالله محمد زلطة، حلقة البحث فى الجامعات والمعاهد العليا، دار الفكر العربى، الكويت2001.

- كمال اليازجي، إعداد الأطروحة الجامعية مع تمهيد في مقومات الدراسة الجامعية وملاحق مختارة من الأصول والمصادر العربية، دار الجيل، بيروت 1996.

- كوهين لويس ومainon لورنس، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والتربوية، ترجمة حسين كوجك ووليم تاوضروس عبيد، القاهرة 1990.

- ليفي بريل، فلسفة أوجيست كونت، ترجمة محمود قاسم والسيد محمد بدوي، القاهرة 1953.

- محسن يوسف، نحو مستقبل أفضل استراتيجية لبناء قدرات العلم والتكنولوجيا على الصعيد العالمي، تقديم إسماعيل سراج الدين، المجلس المشترك بين الأكاديميات، المجلس الأعلى للثقافة، مكتبة الإسكندرية الطبعة الأولى 2005.

- محمد عبد الله دراز، الدين، بحوث ممهدة لدراسة تاريخ الأديان، دار القلم، الكويت 1982.

- محمد قطب، منهج التربية الإسلامية، ط2، دار القلم، القاهرة 1982.

- محمد الجوهري وعبد الله الخريجي، طرق البحث الاجتماعي، الطبعة الرابعة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة 1983.

- محمد عوض العايدي، إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية مع دراسة عن مناهج البحث، شمس المعارف للنشر، القاهرة 1997.

- محمد منير مرسي، البحث التربوي وكيف نفهمه، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة 1994.

- مساعد بن عبدالله النوح، مبادئ البحث التربوي، الطبعة الأولي، كلية المعلمين، الرياض 2004.

- مكتب التربية لدول الخليج العربي، واقع البحث العلمي في الوطن العربي، مكتب التربية العربي، الرياض 1990.

- مجدي عزيز ابراهيم:مناهج البحث العلمى فى العلوم التربوية والنفسية،مكتبة

الأنجلو المصرية، القاهرة 1989.

- محمدعلى محمد،علم الاجتماع والمنهج العلمى ، دارالمعرفة الجامعية، القاهرة 1988 .

- محمد احمد الزعبي، علم الاجتماع العام والبلدان النامية، ط2، بيروت 1991.

- مهدي فضل الله، أصول كتابة البحث و قواعد التحقيق، ط1،دار الطليعة، بيروت 1993.

- محمد الريشهري، ميزان الحكمة، ط1، قم، دار الحديث، بيروت 1995.

- ويل ديورانت، قصة الفلسفة، ترجمة فتح الله محمد المشعشع، الطبعة الرابعة، مكتبة المعارف، بيروت 1982.

ب- المقالات والتقارير:

- إدريس لكريني، "حوار مع جريدة المنعطف حول الشأن الثقافي بالمغرب"، المغرب،عدد 2653 بتاريخ 25 شتنبر 2006.

- الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، "تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2003"، نحو إقامة مجتمع المعرفة، المطبعة الوطنية عمان- الأردن، 2003.

- جريدة البيان، الإمارات، ديسمبر 2008، 16 ذو الحجة 1429هـ العدد 10406.

- عبد الجليل التميمي، "دور مراكز البحوث العربية في استراتيجية التنمية المعرفية للأمة: الواقع والآفاق"، ضمن ندوة دولية حول: تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2003، مركز الدراسات الدستورية والسياسية، مراكش ومؤسسة كونراد أديناور، 16 و17 أبريل 2004، مطبعة النجاح الجديدة، المغرب الطبعة الأولى 2005.

- علي محسن حميد، "البحث العلمي في الدول العربية: عوائقه ومقتضياته"، مجلة شؤون عربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، العدد 131 خريف 2007.

- عوني فرسخ، "رؤى نقدية لتقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2002" (حلقة نقاشية)، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، عدد 287 يناير 2003.

- عصام النقيب، "دور العلم في التنمية والتغيير في الوطن العربي: أفكار أولية "، المستقبل العربي، العدد 81 ، بيروت1985.

- نادر الفرجاني، " التعليم العالي والتنمية في البلدان العربية "، المستقبل العربي، العدد 237، بيروت 1998.

- ناصر صالح الرعدان، "البحث العلمي والتنمية"، جريدة الرياض- السعودية، العدد 14428، بتاريخ 25 ديسمبر 2007.

ج- مواقع الانترنت:

- آل رشاش، "الاقتباس المباشر وغير المباشر"،2007:

http://alyaseer.net/vb/archive/index.php?t-11279.html

- حسن حمدان الحكيم، الواقع التعليمي والثقافي في الوطن العربي، صحيفة الاتحاد:

http:www.alzatari. org motamara

-محمد مسعد ياقوت، البحث العلمى العربى معوقات وتحديات:

.http://www.al-jazirah.com

-حمود البدر، معوقات البحث العلمى فى العلوم الاجتماعية و الانسانية:

http://www.swmsa.net

- خالد خميس فراج، "البحث العلمي"، 2009:

http://www.angelfire.com/dc/search

- راضي فوزي، التمكن من مهارات التلخيص والاقتباس، 2008:

http://www.al-maqha.com/t.html

- علي محسن حميد، البحث العلمي العربي: الضرورة المهملة، مجلة شؤون عربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، العدد 134، صيف 2008 الموقع الإلكتروني للمجلة: http:// www.arabaffairs.org

- فاطمة محمد حبيب: الصعوبات التى تواجه الباحث العربى فى مجال البحث العلمى:

http://www.alarabimag.com

- مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام، البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي العربي: الواقع، والمشكلات، ومتطلبات النجاح، ومقترحات التطوير:

http://www.asbar.com

- صالح إبراهيم المتيوتي، أصول البحث العلمي القانوني؛ الموقع الإلكتروني لجامعة البحرين:

http://www.uob.edu.bh/colleges/ara/law/research/main.asp

- محمد أبو طه، إحصائيات مختصرة حول واقع البحث العلمي في العالم العربي، الموقع الإلكتروني لجامعة القدس المفتوحة: http://www.qou.edu/homePage/arabic/researchProgram/ publication2Doc/6.doc

- يوسف يعقوب السلطان: الإسلام وتنمية العلم والبحث العلمي؛ الموقع الإلكتروني لمركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية: http://www.kantakji.com/fiqh/Files/Research/2212. doc

2 - Ouvrages en francais:

- Anne Marie Ducroux، Les nouveaux utopistes du DD، Autrement، Paris 2002.

- Alain Chauveau et Jean Jacques Rosé، L'entreprise responsible، Ed d'Organisation، Paris2003.

- Alain Mamou-Mani، Au delà du profit، Albin Michel، Paris 1995.

- Annie Gauzien et Patrick le Louarn، Environnement et politique، PUF، Paris 1996.

-Alex Mucchielli، Le dialogue avec la technologie، Armand Colin، Paris 2006.

-Armand et Michèle Mattelart، Histoire des théories de la communication، Repères/La découverte، Paris 2004.

- Aimery de Narbonne، Communication d'entreprise، Eyrolles، Paris 1990.

- Anne Bartoli، Communication et organization، Editions d'organisation، Paris 1990.

- Alain Laramée et Bernard Vallée، La recherche en communication، Presse de l'université du Québec، Québec 1991.

- Alex Muchielli،Théorie systémique des communications، Armand Colin، Paris 1999.

- Alex Muchielli، La communication interne، Armand Colin، Paris 2001.

- Alice Audoin، Anne Courtois et Agnès Rambaud-Paquin، La communication responsable، Eyrolles، Paris 2009.

-Auziol E،“Analyse intentionnelle”، Dictionnaire des méthodes qualitatives en Sciences humaines et sociales، Dir. Alex Mucchielli،

Armand Colin، Paris 1996.

- Alain Lefebvre، Les réseaux sociaux، M21 Editions، Paris 2008.

- Betina Laville، Réparer la terre، Autrement، Paris 2002.

- Bernard Dagenais، Le plan de communication، Presses de l'Université Laval، Québec1998.

- Bernard Miège، L'information-communication، objet de connaissance. De Boeck، Paris 2004.

- Bruno Cohen-Bacrie، Communiquer efficacement sur le DD، Démos، 2ème edition، Paris 2009.

- Bernadette Jézéquel et Philippe Gérard، La boite à outils du responsable de communication، Dunod، Paris 2008.

- Bernard Cathelat، Publicité et société، Payot، Paris 1987

- Catherine Grandcoing، Communication et médias: Evolution et Révolution، Economica، Paris 2007.

- Casseurs de pub، Un pavé dans la gueule de la pub، Parangon، Paris 2004.

- Christian de Perthuis. La génération future a-t-elle un avenir ? Belin. 2003.

- Claude Cossette، La publicité، déchet culturel، IQRC، Paris 2001.

- Collectif. Ce que le D.D veut dire. Ed D'Organisations. 2003.

- Catherine Becker، Du Ricard dans mon Coca، Ed d'Organisation، Paris 2002.

- Christian Regouby، La communication globale، Editions d'organisation، Paris 1988.

- Christophe Roux-Dufort، La gestion de crise، De Boeck ، Paris 2000.

- Christophe Roux-Dufort، Gérer et décider en période de crise، Dunod، Paris 2003.

- Claire Gauzente، Alerte Marketing، Comprendre، anticiper، gérer les crises، De Boeck، Paris 2008.

- Catherine Malaval et Robert Zarader، La bêtise économique، Perrin، Paris 2008.

- Christine Donjean، La communication interne، Edipro ، Belgique، 2005.

- Claude Marie Vadrot، La place de l'environnement dans les medias، Victoires editions، Paris 1998.

- Claude Nisembaum، Jean-Emmanuel Paillon، Comment organiser une campagne de communication publique?، La Documentation Française، Paris 1995.

- Christian Le Moënne et al: Communications d'entreprises et d'organisations، Presses universitaires de Rennes، Rennes1998.

- Claude Duterme، La communication interne en enterprise، De Boeck université، Paris 2002.

- Christine Balagué et David Fayon، Facebook، Twitter et les autres، Intégrer les réseaux sociaux dans uns stratégie d'entreprise، Pearson، Québec 2010.

- Daniel Ichbiach et Richard Sharpe، Comment gagner l'attention et l'affection des medias، Village Mondial، Paris 2004.

- Dominique Beau، Sylvain Daudel، Stratégie d'entreprise et communication، Dunod، Paris 1992.

- Dominique Roux et Xavier Niel، Les 100 mots de l'internet، Puf/Que sais je?، Paris 2010.

- Didier Heiderich، "Rumeur sur internet، Comprendre، anticiper

et gérer une cybercrise"، Ed Village mondial، Paris 2004.

- Dominique Wolton، Penser la communication، Flammarion، Paris 1997.

- David Forest، Le prophétisme communicationnel، Syllepse، Paris 2004.

- Dominique Wolton، Il faut sauver la communication، Flammarion، Février 2005.

- Dominique Scalia et Patrick Duncombe، Le management de la communication globale، Démos، Paris 2003.

- Danielle Maisonneuve، Jean-François Lamarche et Yves St-Amand، Les Relations Publiques dans une société en mouvance، Presses de l'Université du Québec، 3ème edition، Paris 2004.

-Demont et al.، Communication des enterprises، Nathan، Paris 1996.

- Daniel Bougnoux، La communication contre l'information، Hachette، Paris 1995.

- Daniel Bougnoux، Sciences de l'information et de la communication ، Larousse، Paris 1998.

- Denis Boutelier & Dilip Subramanian، Le grand Bluff، Denoël، Paris 1991.

- Dominique Bourg، Le DD a-t-il un avenir ? Ed du pommier، Paris 2002.

- Dominique Bourg، Jean Louis Schlegel، Parer aux risques de demain، Seuil، Paris 2001.

- Dominique Quessada، L'esclavemaitre ، Verticales، Paris 2002.

- Danielle Maisonneuve et al.، Communiquer en temps de crise، Presses de l'université du Québec، Québec 1999.

- Emmanuelle Tran Thanh Tam، L'entreprise anti-crises، Ed d'Organisations. Paris 1996.

- Emmanuelle Tran Thanh Tam et Tea Lucas de Pesloüan ، Manager les situations difficiles، Ed d'Organisations. Paris 2004.

- Evelyne Lubbers، La grande mascarade، Ces multinationales qui lavent plus verts، Parangon، Paris 2003.

- Emmanuel Dupuy et al.، La communication interne، Ed d'organisation، Paris 1988.

- Edouard Rencker، Le nouveau visage de la com' interne، Ed d'Organisations، Paris 2007.

- Elisabeth Laville، L'entreprise verte، Village Mondial، Paris 2002.

- Francis Balle، Média et société، Montchrestien، Paris 2009.

- Françoise Miquel، Une femme dans les coulisses du pouvoir، Presses de la Renaissance، Paris 2007.

- France Cairncross، Les marchés verts، Ed d'organisation، Paris 1993.

- François Walter، Catastrophes، Une histoire culturelle 16ème-21ème siècle، Seuil، Paris 2008.

- François Guéry، La politique de précaution، Corinne Lepage، Paris 2001.

- François Brune، De l'idéologie aujourd'hui- Analyses parfois désobligeantes du discours médiatico-publicitaire، Parango، Paris 2004.

- Francis Balle، Médias et Sociétés، Montchrestien، 11ème édition، Paris 2003.

- Florence Amalou، Le livre noir de la pub، Stock، Paris 2001.

- François Charvin et Jean-Pierre Marhuenda، Communication et Entreprises، Eyrolles، Paris 1991.

- FNEP (Fondation Nationale Entreprise & Performance)، La communication interne et externe des grandes enterprises، Pangloss، Paris 1989.

- Groupe Marcuse، De la misère humaine en milieu publicitaire، comment le monde se meurt de notre mode de vie، La Découverte، Paris 2004.

-Guy Roche، L'action sociale، HMH، Paris 1968.

- Gérard Leclerc، La société de communication، PUF، Paris 1999.

- Gérard Regnault، La communication interne dans une PME، L'Harmattan، Paris 1996.

- Gérard Dereze، Méthodes empiriques de recherche en communication. Préface de Yves Winkin، De Boeck، Paris 2009.

- Gilles Guerin-Talpin، Communication de crise، Ed Preventique، Paris 2003.

- Hervé Renaudin et Alice Altemaire. Gestion de crise، mode d'emploi. Editions liaisons. Paris 2007.

- Henri Mintsberg، Grandeur et décadence de la planification stratégique، Dunod، Paris 1999.

- Henry-Pierre Jeudy، La communication sans objet، La lettre volée، Paris 1994.

- Henry-Pierre Jeudy، L'ironie de la communication ، La lettre volée، Paris 1996.

- Henry-Pierre Jeudy، Les ruses de la communication، Circé، Paris 2001..

- Henri Lefèvre، Le Matérialisme historique، PUF ، Paris1971.

- Henri Kaufman، Internet a tout change، Kawa Editions، Paris 2010.

- Ignacio Ramonet، La tyrannie de la communication، Galilée، Paris 1999.

- Jürgen Habermas، Théorie de l'agir communicationnel، Fayard، Paris 1987.

- Jean Baudrillard، Critique de l'économie politique des signes، Gallimard، Paris 1972.

- Jean Cazeneuve، La société de l'ubiquité، Denoël، Paris 1972.

- Jacques Vigneron، La communication environnementale، Economica، Paris 1996.

- Jean Pierre Beaudoin، Conduire l'image de l'entreprise، Liaisons، Paris 1995.

- Jean Pierre Beaudoin، L'opinion، c'est combien ? Pour une économie de l'opinion، Village Mondial، Paris 2005.

- Jeanne Bordeau. L'art des relations presse، Editions d'Organisation، Paris 2005.

- Jeanne Bordeau، Le dossier et le communiqué de presse، Eyrolles، Paris 2008.

- Jeanne Bordeau، La veille média et la revue de presse، Eyrolles، Paris 2008.

- Jeanne Bordeau، Le déjeuner et la rencontre avec un journaliste، Eyrolles، Paris 2008.

- Jean Marc Benoit et Jessica Scale، Bleu، Blanc، Pub. 30 ans de communication gouvernementale en France، Le Cherche Midi، Paris 2008.

- Jean François Notebart et Wilfrid Séjeau، Quand les 4x4 sauvent la planète، Ed Les petits matins، Paris 2010.

- Jean Marc Decaudin et Jacques Igalens، La communication interne، Dunod، 2ème édition Paris 2009.

- Jean-Pierre Beal et Pierre André Lestocart، Entre management et marketing : La communication interne، Démos، Paris 2003.

- Jean Marc Lehu،Alerte produit، Ed d'Organisation، Paris 1998.

-Jean Pierre Beaudoin، A l'écoute du risque d'opinion، Ed d'organisation، Paris 2001.

- Lise Chartier، Mesurer l'insaisissable: méthodes d'analyse du discours de presse، Presses de l'Université du Quebec، Québec 2005.

- Lucien Abenhaïm، Canicule، Fayard، Paris 2003.

- Lionel Chouchan et Jean-François Flahaut، Les relations publiques، PUF/Que sais-je?، Paris 2008.

- Lucien Sfez ، Dictionnaire critique de la communication، 2 tomes. PUF، Paris 1993.

- Lucien Sfez، La communication. PUF-Que sais je?، Paris 1991.

- Martin Hirsh، Ces peurs qui nous gouvernent، Albin Michel، Paris 2002.

- Marianne Messager، La communication publique،Ed d'Organisation، Paris 1994.

- Myriam Lemaire et Pierre Zémor، La communication publique en pratique، La documentation française، Paris 2008.

- Michel Ogrizek، Communication et environnement، Dunod، Paris 1994.

- Maud Tixier (sous la direction de)، Communiquer sur le

développement Durable، Ed d'organisation، Paris 2005.

- Michelle Dobré، La sensibilité écologique des français، IFEN، Paris 2000.

- Maud Tixier، La communication de crise، Mc Graw-Hill، Québec 1991.

- Michel Ogrizek، La communication de crise، PUF-Que Sais Je?، Paris 1997.

- Michelle Gabay، La nouvelle communication de crise، Stratégies، Paris 2001.

- Marie Noëlle Sicard، Entre médias et crises technologiques، Ed du Septentrion، Paris 1998.

- Michel Fournet et Jean Louis Martin، La crise: Risque ou chance pour la communication ?، L'Harmattan، Paris 1999.

- Marshall McLuhan، Pour comprendre les médias، Ed orig 1964، Le Seuil، Paris 1968.

- Marie Hélène Westphallen et Thierry Libaert، Le communicator، 5ème edition، Dunod، Paris 2009.

- Marie Héléne Westphallen، La communication externe de l'entreprise، Dunod-Topos، Paris 1997.

-Michel Dorban، Critique de l'information، Bruylant Academia، Belgique 2000.

- Max Weber، Le savant et le Politique، Enag، Alger 1991.

- Maurice Angers، Initiation pratique a la méthodologie des Sciences humaines، Ed Casbah، Alger 1997.

- Madeleine Grawitz، Méthodes des Sciences sociales، 5° editions، Dalloz، Paris 1984.

- Naomi Klein، No Logo، Actes Sud، Paris 2001.

- Nicole Hebert، L'entreprise et son image، Dunod، Paris 1987.

- Nicole D'Almeida، Les promesses de la communication ، PUF، Paris 2001.

- Olivier Creusy et Sylvie Gillibert، Réaliser son plan de communication en 48h، Eyrolles، Paris 2009.

- Olivier Hassid، La gestion de crise، Dunod/Topos+، 2ème edition، Paris 2008.

- Odile Peixoto، Les français et l'environnement، Ed de l'environnement، Paris 1993.

- Olivier Dubigeon، Mettre en pratique le DD، Village mondial، Paris 2002.

- Olivier Godard، Le principe de précaution، Maison des Sciences de l'homme Inra، Paris 1997.

- Pierre Lascoumes، l'éco pouvoir، La découverte، Paris1994.

- Philippe Breton، L'utopie de la communication ، La découverte، Paris 1992.

- Philippe Détrie، La communication interne au service du management، Liaisons، Paris 2001.

- Pierre Zémor، La communication publique،PUF Que sais je?، Paris 1999 .

- Paul Watzlawick et al.، Une logique de la communication، Le Seuil، Paris 1972.

- Paul Ariès، Petit manuel anti-pub، Golias، Paris 2004.

- Philippe Malaval et Jean Marc Decaudin، Communication: Théorie et pratique، Pearson ، 2ème edition، Québec 2009.

- Paul de Backer، Le management vert، Dunod،Paris 1992.

- Patrick d'Humières. Le DD، Le management de l'entreprise

responsible، Ed d'Organisation، Paris 2005.

- Patrick Lagadec، La civilisation du risqué، Seuil، Paris 1981.

- Patrick Lagadec، Etat d'urgence ، Seuil، Paris 1988.

- Patrick Lagadec، La gestion des crises، Ed d'Organisation، Paris 1993.

- Patrick Lagadec، Cellules de crise، Ed d'Organisation، Paris 1995.

- Patrick Lagadec، Ruptures créatrices، Ed d'Organisation، Paris 2000.

- Patrick Lagadec، La fin du risque zéro (Avec Xavier Guilhou)، Les Echos/Eyrolles، Paris 2002.

-Patrick Lamarque، Les désordres du sens، ESF، Paris 1993.

- Pierre Zémor، Le sens de la relation، La documentation française، Paris 1997.

- Pierre Siquier، La communication business to business، Dunod، Paris 1990.

- Philippe Schwebig، Les communications de l'entreprise، McGraw-Hill،Québec 1988.

- Patrick D'Humières، Management de la communication d'entreprise، Eyrolles، Paris 1993.

- Philippe Kessler et al.، Les médias et l'entreprise، Ed du CFPJ، Paris 1996.

- Philippe Morel، Pratique des relations presse، Dunod، 4ème edition ، Paris 2008.

- Philippe Morel، Les relations de presse: les gérer et les rentabiliser avec Internet، Vuibert، Paris 2008.

- Philippe Breton، L'explosion de la communication ، La

découverte، Paris 1993.

- Rémi Pierre Heude، Guide de la communication pour l'entreprise، Maxima، Québec 2005

- Robert Escarpit، L'information et la communication، théorie générale، Hachette، Paris 1992.

- Rick Poynor، La loi du plus fort، Pyramide، Paris 2002.

- Raymond Corriveau، Le plan de communication، Presses de l'Université du Québec، Québec 2004.

- Rémi Kauffer، L'arme de la désinformation، Grasset، Paris 1999.

- Roger Cans، Tous verts، Calmann Lévy، Paris 1992.

- Sébastien Darsy، Le temps de l'antipub، Actes Sud، Paris 2005.

-Serge Tchakotine، Le viol des foules par la propagande politique، Gallimard، Paris 1939.

- Serge Perez et Eric Pietrac، Entreprises-salariés: Une autre idée de la relation، Ed JML، Paris 2003.

- Stéphane Olivesi، La communication au travail، PUG، Grenoble 2002.

- Service d'Information du Gouvernement، La crise en 100 mots، La documentation française، Paris 2007.

- Stéphane Billiet، Les relations publiques، Dunod، Paris 2009.

- Suzanne de Cheveigné، L'environnement dans les journaux télévisés، CNRS، Paris 2000.

- Solange Tremblay (sous la direction)، Développement durable et communications، Presses de l'université du Québec، Québec 2007.

-Thierry Libaert، La communication verte، Liaisons، Paris 1992.

-Thierry Libaert، Communication، la nouvelle donne، Village

Mondial، Paris 2004.

- Thierry Libaert، La communication de crise، Dunod-Topos، Paris 2005.

- Thierry Libaert et Nicole d'Almeida، La communication interne، Dunod-Topos، 5ème édition Paris 2007.

- Thierry do Espirito، La communication de changement: Les clés pour réussir la transformation de son enterprise، Ed CFPJ، Paris 2006.

-Thierry Libaert، Le plan de communication، Dunod، 3ème edition، Paris 2008.

-Thierry Libaert، La communication d'entreprise، Economica، 2ème édition 2005.

-Thierry Libaert، Le plan de communication، Dunod، 3ème édition Paris 2008.

-Thierry Libaert، La communication de proximité، Liaisons، Paris 2001.

- Thierry Portal، (sous la dir de)، Crises et facteur humain، Les nouvelles frontières mentales des crises، De Boeck، Paris 2009.

- Xavier Delacroix، La grande peur des patrons، Ed du félin، Paris 2003.

-Yves Winkin (Sous la dir de)، La nouvelle communication، Le Seuil، Collection Points/ Essais، Paris 2000.

-Yvan Abernot et Jean Ravestein، Réussir son master en Sciences humaines et sociales، Dunod، Paris 2009.

-Yves Winkin، La communication n'est pas une marchandise، Labor، Québec 2003.

3- In English:

- Alison Ferguson، Researching Communication Disorders by. Basingstoke، Palgrave Macmillan، Hampshire 2009.

- Alison Theaker، The Public Relations Handbook، Routledge، NJ 2004. - Anne Gregory، Planning and managing a public relations campaign، IPR/Kogan page 1996.

- Cees B.M Van Riel & Charles J Fombrun، Essentials of Corporate communication، Routledge، NJ 2007.

- Dorothy I. Doty، Publicity and Public Relations، Barron's 1990. - David L. Maxwell، Research and Statistical Methods in Communication Sciences and Disorders ، Thomson/ Delmar Learning، Boston 2006.

- Donald G. Doehring، Research Strategies in Human Communication Disorders، 2d ed. Austin، San Diego 1996.

- Elihu Katz et Paul Lazarsfeld، Personal influence، Glencoe 1955.

(Edition francaise avec une nouvelle préface d'Elihu Katz aux éditions Armand Colin، Paris 2008).

- Eric Dezenhall، Damage control، Why everything you know about crisis management is wrong، Portfolio 2007.

- Franklin H. Silverman، Research Design and Evaluation in Speech-Language Pathology and Audiology: Asking and Answering Questions، 4th ed.، Englewood Cliffs، Prentice-Hall، NJ 1998.

- Gary Davies، Corporate reputation and competitiveness، Routledge،NJ 2003.

- Harold Lasswell، Politics ، who gets what، when، how ?، Mc Graw Hill 1936.

-Harvard Business Review on Crisis Management، HBS Press 2000.

- Jacquie L'Etang، Magda Pieczka، Critical perspectives in Public Relations، Thomson Press 1996.

- Jacquie l'Etang، Public Relations، Concepts، Practice and critique. Sage، NJ 2008.

- Joël Com، Twitter Power، how to dominate your Market one tweet at a time، Wiley 2009.

- Josep Cornelissen. Corporate Communication، a guide to theory and practice. 2nd edition، Sage publications،NJ 2008.

- Jon White، Laura Mazur، Strategic Communications Management، Addison Wesley 1995.

- J. Harvey Smith، Public Relations / Teach Yourself، Hodder & Stoughton 1995.- Jim Adamson، The Denny's story. How a company in crisis resurrected its good name، Wiley 2000.

- Lauren K. Nelson، Research in Communication Sciences and Disorders: Methods for Systematic Inquiry، Plural Publishing، San Diego 2009.

- Laurence Barton، Crisis in organizations، South Western 2001.

- Mary H. Pannbacker and Grace Middleton ، Introduction to Clinical Research in Communication Disorders ، Singular Publishing Group، San Diego 1994.

- Marion K.Pindsdorf، Communicating when your company is under siege، Fordham 1999.

- Michael Bland، Communicating out of a crisis، Macmillan 1998.

- Michael Regester & Judy Larkin، Risk Issues and crisis management. 3rd edition، CIPR، Kogan Page 2005.

- Peter Swartz،When companies do bad things، Wiley 1999.

- Peter F. Anthonisen ، Crisis Communication، Practical PR Strategies for reputation management and company survival، Kogan Page 2008.

- Paul A Argenti، Digital strategies for powerful Corporate communications، Mc Graw-Hill 2009.

- Rob Brown، Public Relations and the social Media، Kogan Page 2009.

- Rhea Paul and Paul W. Cascella، Introduction to Clinical Methods in Communication Disorders ، 2d ed.، Paul H. Brookes Pub.، Baltimore 2007.

- Robin Cohn،The PR crisis bible، T.T. 2000.

- Robert Cox. Environmental communication and the public sphere. Sage، 2nd edition، NJ 2010.

- Robert W. Bly، Targeted Public Relations، Henry Holt 1993.

- Sam Black، The practice of Public Relations، Butterworth/Heinemann 1995.

- Shirley Harrison، Public Relations، Thomson Press 1995.

- Timothy J. Meline ، Research in Communication Sciences and Disorders: Methods، Applications، Evaluation، Upper Saddle River، Pearson Education، N.J 2006.

- W. Timothy Coombs، Ongoing crisis communication: planning، managing and responding، Sage publications، 2ème ed، NJ 2007.

4- Articles et documents:

- Albert Louppe et Laurent Hermel،" Marketing et situation de crise"، Revue Française du Marketing، N° 186، 2002/1.

- Hermès (Revue)، "Les sciences de l'information et de la communication"، Savoirs et pouvoirs، N°38، 2004.

- Marion Brasseur et Bernard Forgues، "Communiquer en temps de crise"، Revue Française de Gestion، Volume 28، N° 137، janvier-mars 2002.

- Patrick Lagadec، "Stratégies de communication de crise، Futuribles"، Juillet- Aout 1986.

- Philippe Kourilsky، Le Magazine de la communication ، "Du bon usage du principe de precaution"، Ed Odile Jacob، Paris 2001.

- Patrick Boccard،" La communication de crise"، Entreprises et Histoire، 1996، N°11.

- Revue Française de Gestion، " Le Développement Durable"، Volume 30، N° 152، Septembre-octobre 2004.

- UDA/Ecodurable، "Développement Durable et communication des entreprises"، Document de synthèse، Septembre 2004.

معجم المصطلحات البحثيّة

Terminological Glossary

Research Plan : خطة البحث

Research Title : عنوان البحث

Research Introduction : مقدمة البحث

Research Problem : مشكلة البحث

Hypotheses : الفرضيّة العلميّة

Previous or related studies: الدراسات السابقة

Research Method: المنهجيّة البحثيّة

Descriptive Method : المنهجيّة الوصفيّة

Historical Method : المنهجيّة التاريخيّة

Experimental Method: المنهجيّة أو البحث التجريبى

Samples : العيّنات

Simple Random Sampling : اعتماد العينة العشوائية

Systematic Sampling : اعتماد العينة المنتظمة

Stratified Sample : العينة الطبقية

Purposive Sample : العينة العمدية

Interview: المقابلة

Observation : الملاحظة

Questionnaire : الإستبيان أو الإستمارة

Test : الاختبار

إعادة الاختبار : Retest

ثبات الاختبار : Reliability

تحليل المضمون :Content Analysis

تحليل البيانات : Data Analysis

المتغيّر : Variable

المتغيّر التابع : Dependent Variable

المتغيّر المستقل : Independent Variable

المتغيّر الوسيط : Moderating Variable

الدراسة الاستطلاعية : Pilot Study

نتائج البحث : Research Results

المستخلص : Abstract

الإطار النظرى : Conceptual Framework

النظريّة : Theory

الجداول : Tables

البديهيّات : Axioms

الحدس : Intuition

المفاهيم : Concepts

المقروئية: Readability

حارس المعلومات(البوابة): Gate Keeper

دراسة دورية: Trend Study

دراسة المجموعة: Panel Study

الدراسات الممتدة: Longitudinal Studies

الدراسات الآحادية: Cross – Sectional Studies